

# **TURİZM VE DESTİNASYON ARAŞTIRMALARI VII**

**Editörler**

**Dr. Onur ÇELEN**

**Dr. Aydın ÜNAL**

**Dr. Emre ÇİLESİZ**



# TURİZM VE DESTİNASYON ARAŞTIRMALARI VII

Editörler

Dr. Onur ÇELEN & Dr. Aydın ÜNAL  
Dr. Emre ÇİLESİZ

ISBN: 978-625-6321-26-7

PA Paradigma Akademi Yayınları  
Sertifika No: 69606

PA Paradigma Akademi Basın Yayın Dağıtım  
Fetvane Sokak No: 29/A  
ÇANAKKALE  
e-mail: fahrigoker@gmail.com

Yayın Sorumlusu: Nevin SUR

Tasarım&Kapak: Himmet AKSOY

Matbaa: Meydan Baskı | Sertifika No: 70835

Kitaptaki bilgilerin her türlü sorumluluğu yazarlarına aittir.

Bu Kitap T.C. Kültür Bakanlığından alınan bandrol ve  
ISBN ile satılmaktadır. Bandrolsüz kitap almayınız.



Mayıs 2024



## KİTABA KATKI SUNAN YAZARLAR

### (Yazarlar Alfabetik Sıralanmıştır)

Doçent Doktor Abdülkadir ÇORBACI & Batman Üniversitesi  
Doktor Öğretim Üyesi Aykut ŞİMŞEK & Kastamonu Üniversitesi  
Doktora Öğrencisi Ebru ARICI & Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi  
Öğretim Görevlisi Emre AKMANOĞLU & Sinop Üniversitesi  
Profesör Doktor Emre Ozan AKSÖZ & Anadolu Üniversitesi  
Yüksek Lisans Öğrencisi Gamze AYDIN & Sinop Üniversitesi  
Bilim Uzmanı Gülnur BAYRAKTAR & Bağımsız Araştırmacı  
Doktor Öğretim Üyesi Hasan Önal ŞEYHANLIOĞLU & Batman Üniversitesi  
Profesör Doktor Hüseyin Avni KIRMACI & Karabük Üniversitesi  
Araştırma Görevlisi İkbâl Ertuğrul DİKEÇ & Maltepe Üniversitesi  
Lisans Öğrencisi İrem Gül ÖZDAMAR & Kastamonu Üniversitesi  
Doktor Öğretim Üyesi İsa UĞUR & Karabük Üniversitesi  
Doçent Doktor İsmail BİLGİÇLİ & Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi  
Öğretim Görevlisi Kübra TOPALOĞLU GÜNAN & Maltepe Üniversitesi  
Araştırma Görevlisi Meliha Sena YILDIRGAN & İstanbul Beykent Üniversitesi  
Yüksek Lisans Öğrencisi Merve HASOĞLU & Batman Üniversitesi  
Öğretim Görevlisi Nalan ASLAN YETKİN & Siirt Üniversitesi  
Profesör Doktor Orhan BATMAN & Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi  
Araştırma Görevlisi Özge ÇAYLAK DÖNMEZ & Kastamonu Üniversitesi  
Yüksek Lisans Öğrencisi Özlem KÖMÜRCÜOĞLU & Sinop Üniversitesi  
Öğretim Görevlisi Seda ÇAKMAK KAVSARA & Maltepe Üniversitesi  
Lisans Öğrencisi Sevgi ÇETİNKAYA & Kastamonu Üniversitesi  
Öğretim Görevlisi Tuğçe BOĞA & Maltepe Üniversitesi  
Doktor Öğretim Üyesi Veysel TOKDEMİR & Karabük Üniversitesi  
Doçent Doktor Yeliz PEKERŞEN & Necmettin Erbakan Üniversitesi  
Doktor Öğretim Üyesi Yusuf ÇUHADAR & Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi

Bu kitapta yer alan her bölümün tüm sorumluluğu (görseller, tablolar, çizelgeler, çizimler, grafikler, direkt alıntılar, etik/kurum izni vb.) yazarlara aittir. Herhangi hukuki bir olumsuzlukta Paradigma Akademi Yayınları ve kitap editörü hiçbir konuda bir yükümlülük ve hukuki sorumluluğu kabul etmez, hukuki yükümlülük altına alınamaz. Her türlü hukuki yükümlülük ve sorumluluk ilgili bölüm yazar(lar)ına aittir. Çok bölümlü/yazarlı olan bu kitap maddi bir değer ile alınıp satılamaz. Kitapta yer alan bilgiler alıntı yapılmak ve ilgili alıntıya atıf yapılmak koşulu ile kaynak gösterilmek üzere bilimsel ya da ilgili araştırmacılar tarafından kullanılabilir.



## İÇİNDEKİLER

|       |                                                                                                                                                                     |     |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| I.    | <i>Keşfedilmemiş Bir Hazine: Trabzon İli Şalpazarı İlçesinin Özel İlgî Turizmi Potansiyelinin SWOT ve TOWS Analizleriyle Stratejik Yol Haritasının Belirlenmesi</i> | 3   |
|       | <b>Bilim Uzmanı Gülnur BAYRAKTAR &amp; Profesör Doktor Emre Ozan AKSÖZ</b>                                                                                          |     |
| II.   | <i>Türkiye’de Turizm Eğitiminin Güncel Durumunun Tespitine Yönelik Bir Araştırma</i>                                                                                | 23  |
|       | <b>Yüksek Lisans Öğrencisi Gamze AYDIN &amp; Yüksek Lisans Öğrencisi Özlem KÖMÜRCÜOĞLU</b>                                                                          |     |
| III.  | <i>Gıda Neofobisi Bağlamında Sokak Lezzetleri ve Gastronomi Turizmi</i>                                                                                             | 89  |
|       | <b>Doktor Öğretim Üyesi Yusuf ÇUHADAR</b>                                                                                                                           |     |
| IV.   | <i>Gastro Turistlerin Hücresel Tarıma Yönelik Algıları ve Sürdürülebilirlik Perspektifi: Kalitatif Bir Çalışma</i>                                                  | 105 |
|       | <b>Öğretim Görevlisi Emre AKMANOĞLU &amp; Profesör Doktor Hüseyin Avni KIRMACI</b>                                                                                  |     |
| V.    | <i>Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi</i>                                                                                                                          | 129 |
|       | <b>Doçent Doktor İsmail BİLGİÇLİ</b>                                                                                                                                |     |
| VI.   | <i>Ayancık Tarihi Belçika Evleri’nin (Koloni Mahallesi) Potansiyel Konaklama Arzı Olarak Değerlendirilmesi</i>                                                      | 157 |
|       | <b>Doktor Öğretim Üyesi İsa UĞUR &amp; Doktor Öğretim Üyesi Veysel TOKDEMİR</b>                                                                                     |     |
| VII.  | <i>Turizm Endüstrisinde Sürdürülebilir Tüketim ve Uygulamaları</i>                                                                                                  | 175 |
|       | <b>Doktora Öğrencisi Ebru ARICI &amp; Araştırma Görevlisi Meliha Sena YILDIRGAN &amp; Profesör Doktor Orhan BATMAN</b>                                              |     |
| VIII. | <i>Üç Boyutlu Üretilen Gıdaların Turistik Ürün Olarak Değerlendirilmesi</i>                                                                                         | 197 |
|       | <b>Öğretim Görevlisi Nalan ASLAN YETKİN &amp; Doçent Doktor Yeliz PEKERŞEN</b>                                                                                      |     |
| IX.   | <i>Anadolu Mutfağında Ekmek</i>                                                                                                                                     | 223 |
|       | <b>Doktor Öğretim Üyesi Aykut ŞİMŞEK</b>                                                                                                                            |     |

|       |                                                                                                                                                                               |            |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
|       | <i>Gastronomide Nitelikli Kahvenin Yeri ve Gastronomi Öğrencilerinin Nitelikli Kahve Hakkında Görüşlerinin Değerlendirilmesi</i>                                              |            |
| X.    | <b>Öğretim Görevlisi Kübra TOPALOĞLU GÜNNAN &amp; Öğretim Görevlisi Tuğçe BOĞA &amp; Öğretim Görevlisi Seda ÇAKMAK KAVSARA &amp; Araştırma Görevlisi İkbal Ertuğrul DİKEÇ</b> | <b>237</b> |
|       | <i>Batman İli Turizm Değerlerinin SWOT Analizi</i>                                                                                                                            |            |
| XI.   | <b>Doçent Doktor Abdülkadir ÇORBACI &amp; Doktor Öğretim Üyesi Hasan Önal ŞEYHANLIOĞLU &amp; Yüksek Lisans Öğrencisi Merve HASOĞLU</b>                                        | <b>267</b> |
|       | <i>Potansiyel Tüketicilerin 3B Baskılı Yiyeceklere Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi: Geleneksel Mi Modern Mi?</i>                                                            |            |
| XII.  | <b>Araştırma Görevlisi Özge ÇAYLAK DÖNMEZ &amp; Lisans Öğrencisi Sevgi ÇETİNKAYA</b>                                                                                          | <b>287</b> |
|       | <i>Gastronomik Ürün Çeşitlendirme: Aroma Maddesi Olarak Mürver Çiçeği</i>                                                                                                     |            |
| XIII. | <b>Araştırma Görevlisi Özge ÇAYLAK DÖNMEZ &amp; Lisans Öğrencisi İrem Gül ÖZDAMAR</b>                                                                                         | <b>301</b> |

## **ÖN SÖZ**

Turizm, insanların çeşitli nedenlerden dolayı yaşadıkları yerlerden çıkıp başka yerlere yaptıkları seyahatleri de içeren ve çeşitli süreçlerden oluşan sosyal, kültürel, ekonomik bir olgudur. Günümüzün giderek artan rekabet ve teknolojik gelişmelerin etkisiyle bu olgunun da değiştiği gözlemlenmektedir. Turizm, günümüzde giderek karmaşıklaşan ve hızla evrilen bir sektör haline gelmiştir. Küreselleşme, teknolojik ilerlemeler ve değişen tüketici tercihleri gibi faktörler, turizm endüstrisini geleneksel kalıplardan çıkarıp yenilikçi, tüketici odaklı bir yaklaşıma yönlendirmiştir. Turizm sektöründeki hızlı değişimler destinasyonlar arasında yoğun bir rekabet ortamının oluşmasına neden olmuştur.

Artık turistler, sadece gezip görmekle kalmayıp aynı zamanda yaşayacakları deneyimi de önemsemektedirler. Bununla birlikte kültürlerarası etkileşimi de teşvik eden bir olgu haline geldiğinden, turizmin etkisi sadece ekonomik değil aynı zamanda sosyal, kültürel ve çevresel boyutlarda da kendini göstermektedir. Bu bağlamda, destinasyonların sürdürülebilirliği ve turist memnuniyeti, sektördeki başarıyı belirleyen önemli unsurlardan biri haline gelmektedir. Rekabetin keskinleştiği bu ortamda, turizm işletmelerinin ve destinasyonların tüketici odaklı pazarlama anlayışını benimsemesi kaçınılmaz hale geliyor. Turistlerin beklenti ve tercihleri, destinasyonların gelişiminde kritik bir rol oynamaktadır. Dolayısıyla turizm endüstrisinin dinamiklerini anlamak ve rekabet avantajı elde etmek için yapılan araştırmalar, sektörün geleceğini belirlemede önemli rol oynamaktadır. Turist davranışlarının ve trendlerin anlaşılması, destinasyonların stratejik planlama süreçlerinde önemli bir yer tutmaktadır.

Bu eserde turistlerin turizm ve destinasyon hakkındaki görüşleri, eylemleri ve değerlendirmeleri, bu süreçlere doğrudan ve dolaylı etki eden ve katkı sağlayan tüm etkenleri ve faktörleri çok boyutlu yaklaşımlarla 13 farklı kurum ve kuruluştan 26 yazarın katkıları ile ifade edilmeye çalışılmıştır. Eserin; turizm ve destinasyon konularını kapsayıcı ve çok yönlü bir yapıda ele alıyor olması alanyazına, akademik araştırmacılara, turizm ve destinasyon işletmecilerine destek vereceği ve rehber niteliği taşıyacağı da öngörülmektedir. Bu eseri okumaya ve yararlanmaya değer gören tüm araştırmacılara, akademisyenlere, öğrencilere ve kitap ve okuma gönüllülerine sonsuz teşekkür ederiz.

Saygı, selam ve sağlık dileklerimizle...

Dr. Onur ÇELEN  
Dr. Aydın ÜNAL  
Dr. Emre ÇİLESİZ

2024

# **TURİZM VE DESTİNASYON ARAŞTIRMALARI**

**VII**

## **BÖLÜM I**

---



# KEŞFEDİLMEMİŞ BİR HAZİNE: TRABZON İLİ ŞALPAZARI İLÇESİNİN ÖZEL İLGİ TURİZMİ POTANSİYELİNİN SWOT VE TOWS ANALİZLERİYLE STRATEJİK YOL HARİTASININ BELİRLENMESİ\*

**Gülnur BAYRAKTAR**

Bilim Uzmanı, Bağımsız Araştırmacı,  
gulnur.byrktr@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0001-6690-2208

**Emre Ozan AKSÖZ**

Profesör Doktor, Anadolu Üniversitesi,  
ozana@anadolu.edu.tr, ORCID ID: 000-0002-4109-8847

## 1. GİRİŞ

Turizmin ekonomik avantajları dikkate alındığında, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde kitle turizmi nedeniyle kaynakların yoğun ve dengesiz bir şekilde kullanıldığı görülmektedir. Bu durum, kitle turizmine açık bölgelerde doğal, tarihi ve kültürel değerlerin zarar görmesiyle çevresel ve kültürel kirliliğe yol açmaktadır. Ancak, çevre ve doğaya duyarlı turistlerin artmasıyla birlikte, kitle turizminden uzak durarak, doğaya zarar vermeyen ürün ve hizmetleri tercih etme eğilimi belirmiştir. Tatil sürecinde çeşitlilik arayan turistler için doğayı keşfetmek, yeni tatlar denemek ve farklı aktiviteler yapmak giderek daha çekici hale gelmiştir. Bu değişiklik, turistlerin

---

\* Bu çalışma Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda Doç. Dr. Emre Ozan AKSÖZ danışmanlığında Gülnur BAYRAKTAR tarafından 2021 yılında tamamlanan “Şalpazarı İlçesinin Özel İlgi Turizm Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması” isimli ve 703733 YÖKTEZ ID yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

değişen tercihleri doğrultusunda, turizm sektöşünü doğaya ve költüşe daha az zarar veren alternatifler sunma yönünde motive etmiştir (Akoğlan Kozak & Bahçe, 2012). Dolayısıyla, özel ilgi turizminin değeri, bu yönelişle birlikte artış göstermeye başlamıştır. Turizm destinasyonlarının gelişimi ve evrimi, zamanla kaçınılmaz değişikliklere uğramaktadır. Destinasyonların bir süre sonra karşılaştıkları durgunluk ve popölerlikteki düşüş, turistlerin değişen tercih ve ihtiyaçları ile doğrudan ilişkilidir (Aydın, 2020). Bu durum, özel ilgi turizmine yönelik bir dönüşümü tetiklemekte ve bu turizm türleri, bireylerin seyahate ıkılmalarını motive eden belirli motifler etrafında şekillenmektedir (Bahçe, 2016). Seyahat eden her bireyin, inançtan kumara, doğa keşfinden költürel deneyimlere ve sanatsal etkinliklerden gündelik yaşama kadar değişen çeşitli ilgi alanları bulunmaktadır. Bu eşitlilik, turizm türlerinin gelişimine zemin sağlamakta ve destinasyonların çekiciliğini yeniden tanımlamalarına olanak tanımaktadır (Akoğlan Kozak & Bahçe, 2012; Bahçe, 2016). Dolayısıyla, turizm sektöşünde özel ilgi alanlarına yönelik çeşitlenen turizm türleri, destinasyonların sürekli evrimleşen turist taleplerine yanıt verebilme kapasitesini artırmaktadır (Bayraktar, 2021).

## **1.1. İlgili Alanyazın**

### **1.1.1. Özel İlgı Turizmi**

Turizm politikaları, son yıllarda turizm sektöşünde yaşanan yeni eğilimlere ve çeşitlenen turizm türlerine uyum sağlamak amacıyla, 1980'lerin ortalarından itibaren kitle turizminden belirli özel ilgi alanlarına yönelik bir geçişin olduğunu göstermektedir (Soyak, 2013). 1980'lerde önem kazanan özel ilgi turizmi, aslında yeni bir fenomen olmamakla birlikte, bu dönemden itibaren uluslararası literatürde kendine yer bulmuştur. Ancak, Türkiye'de özel ilgi turizmi üzerine yeterince odaklanılmadığı görölmektedir. Yabancı uzmanların sıkça ele aldığı özel ilgi turizmi, kitle turizminin bir alternatifi olarak değerlendirilmekte ve bu alanda yapılan çalışmalar,

turizm sektörünün daha sürdürülebilir ve çeşitli hale gelmesine katkıda bulunmaktadır (Tanrıverdi & avuş, 2003).

Dünya Turizm rgt'nün 1985 yılında verdiği tanıma göre, özel ilgi turizmi, "belirli bir temaya odaklanan turistik merkezleri ziyaret etme ve ilgili alanlarda bilgi veya deneyim kazanma amacıyla, bireysel veya grup halinde gerçekleştirilen uzmanlamı turizm aktiviteleri" olarak ifade edilmiştir. Bu tanım, Hall & Weiler tarafından 1992'de yapılan çalışmada aktarılmış ve özel ilgi turizminin bireylerin belirli hobileri, ilgi alanları veya tutkuları etrafında şekillendiğini vurgulamıştır (aktaran; Tanrısevdı & avuş, 2003). Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Turizm Terimleri Sözlüğü'nde ise, özel ilgi turizmi; "benzer ilgi alanlarına sahip bireylerin bir araya gelmesi veya getirilmesiyle oluşan gruplar için özel olarak düzenlenen turlar" olarak tanımlanır (Turizm Terimleri Sözlüğü, 1999). Bu tanımlar, özel ilgi turizminin, katılımcıların belirli bir konu veya aktivite etrafında derinlemesine bir deneyim arayışı içinde oldukları bir turizm türü olduğunu ortaya koymaktadır.

Özel ilgi turizmi üzerine yapılan literatür çalışmaları, çeşitli destinasyonların turistik potansiyellerinin keşfedilmesi ve değerlendirilmesi konusunda önemli katkılar sunmaktadır. Tanrısevdı ve avuş'un (2003) yaptığı araştırma, Kuşadası'nın özel ilgi turizmi potansiyeline odaklanarak, bölgenin turizm açısından sahip olduğu değerleri vurgulamaktadır. Aksakallı ve arkadaşlarının (2017) alıması, Uzundere'nin turizm potansiyeline yeni bir perspektif getirerek, bölgenin turistik çekiciliklerini SWOT Analizi ile sistemli bir şekilde değerlendirmiştir. Tırıl (2018) ise özel ilgi turizm türleri arasında yer alan edebiyat turizmini ele alarak, Türkiye'nin bu alandaki potansiyelini hem iç hem de dış turizm bağlamında kapsamlı bir şekilde incelemiştir. Bu alımalar, özel ilgi turizminin çeşitli yönlerini aydınlatmakta ve Türkiye'nin farklı bölgelerindeki turizm potansiyellerini ortaya koymakta önemli bir rol oynamaktadır (Bayraktar 2021).

Özel ilgi turizmi, literatürde çeşitli kaynaklarca bazı benzer kavramlarla eşanlamlı olarak kullanılmakta ve en sık karşılaşılan eşanlamlı kavram olarak alternatif turizm öne çıkmaktadır (Tanrısevdi & Çavuş, 2003; Albayrak, 2013). Bu iki terim, birbirleriyle yakın ilişki içerisinde olmasına rağmen, aralarında belirli farklar da bulunmaktadır. Şafaklı & Erkut (2002) özel ilgi turizmini, deniz-kum-güneş üçlemesine alternatif bir seçenek olarak ve aynı zamanda bu tür turizmi tamamlayıcı bir unsurlar olarak değerlendirmiştir. Küçükaslan (2007) ise özel ilgi turizminin, genel ilgi turizminin karşısında yer alması ve bireylerin özel ilgilerine doğrudan hitap etmesi nedeniyle alternatif turizm olarak adlandırılabileceğini belirtmiştir. Aynı şekilde Tsanus ve arkadaşları (2001) de özel ilgi turizmini ve alternatif turizmi eşanlamlı olarak kullanmıştır. Bu bağlamda, özel ilgi turizmi; bireylerin belirli hobileri, ilgi alanları veya tutkuları etrafında şekillenen ve kitle turizminin sunduğu genel deneyimlerin dışında, daha niş ve kişiselleştirilmiş turistik deneyimler sunmayı amaçlayan bir turizm türü olarak tanımlanabilir.

Turizm sektöründe, turizm türlerinin sınıflandırılması ve turistlerin değişen beklentilerine uyum sağlayacak şekilde çeşitlendirilmesi üzerine sürekli çalışmalar yapılmaktadır. Bu çerçevede, turistlerin farklı ilgi alanlarına yönelik olarak birçok özel ilgi turizmi türü tanımlanmıştır. Bayram (2016) bu çeşitliliğin turistlerin beklentilerine göre düzenlendiğini belirtmiştir. Örneğin; Brotherton & Himmetoğlu (1997) İngiltere'de yaptıkları bir araştırmada, 36 farklı özel ilgi turizmi türü tespit etmiştir. Syrratt & Archer (2003) ise 150'den fazla özel ilgi turizmi türünün olduğunu öne sürmüşlerdir. Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği'nin (TUYED) araştırmasına göre, dünya turizm pazarında 400'e yakın turizm türü bulunmaktadır. Newsome ve arkadaşları (2002) ise kitle turizmi dışında kalan her turizm türünün, alternatif turizm veya özel ilgi turizmi olarak kabul edilebileceğini öne sürmektedirler. Bu görüşlere

dayanarak Tanrısevdi & Çavuş (2003) dünyada bulunan kişi sayısı kadar özel ilgi turizmi türü olabileceğini belirtmektedirler.

Değişen tüketici tercihleri ve turizm eğilimlerini dikkate alarak, özel ilgi turizmi türlerinin belirli kategoriler altında sınıflandırılması mümkündür. Tanrısevdi & Çavuş (2003) bu yönde bir yaklaşımlı desteklemekte ve özel ilgi turizminin çeşitli alt dallarını kapsayacak şekilde detaylı bir sınıflandırma yapılmasının önemini vurgulamaktadır. Bu kapsamda, her bir özel ilgi turizmi türünü ayrıntılı bir şekilde inceleyen ve bunları belirli başlıklar altında toplayan bir sınıflandırmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Bu tür bir sınıflandırmaya rneğı, Tablo 1’de verilmiştir.

**Tablo 1. Özel İlgi Turizm Türlerinin Sınıflandırılması**

| Doğaya Dayalı Türler  | Kültüre Dayalı Türler | Eğitime Dayalı Türler | Bir Hobiye Dayalı Türler |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------------|
| Botanik Turizmi       | Dark (Hüzün)          | Eğitim Turizmi        | Alışveriş Turizmi        |
| Çiftlik Turizmi       | Turizm                | Gençlik Turizmi       | Av Turizmi               |
| Dağ Turizmi           | Etnik Turizm          | Kongre Turizmi        | Golf Turizmi             |
| Doğa Turizmi          | Festival Turizmi      |                       | Kumar Turizmi            |
| Hava Sporları Turizmi | İpek Yolu Turizmi     |                       | Macera Turizmi           |
| Kış/Kayak Turizmi     | İnanç Turizmi         |                       | Mağara Turizmi           |
| Köy Turizmi           | Kültür Turizmi        |                       | Rafting Turizmi          |
| Kuş Gzlemciliğı      | çnc Yaş            |                       | Seks Turizmi             |
| Su Sporları Turizmi   | Turizmi               |                       | Şarap Turizmi            |
| Tarım turizmi         | Kültürel Miras        |                       | Yat Turizmi              |
| Spa                   | Turizmi               |                       |                          |
| Trekking              |                       |                       |                          |
| Yayla Turizmi         |                       |                       |                          |

**Kaynak:** Akoğlan Kozak & Bahçe, (2012: 139).

### 1.1.2. Trabzon’un Şalpazarı İlçesi

Şalpazarı ilçesinin yerleşim tarihi oldukça eskiye dayanmakta ve ilgili en eski belge H. 921-M. 1515 tarihine ait "Trabzon Tahrir Defteri"dir (Bostan, 2017). Bu defterde, Şalpazarı bölgesi "Akhisar Deresi" olarak adlandırılmıştır. Ayrıca, Şalpazarı çevresi için "Ağasar" tabiri de kullanılmaktadır ki bu, "Akhisar" kelimesinin zamanla evrilmiş hali olarak kabul edilebilir. Trabzon'un 1320-1902 yılları arasındaki Salnamesi'nde ise ilçenin adı "Şar-pazarı" olarak geçmektedir. "Şar-şal" adı verilen, yönden dokunan bir kumaş

türüdür ve aba, zıpka, peştamal gibi dış giysilerin üretiminde kullanılmıştır. İlçe merkezi, bu kumaşların ticaretinin yapıldığı bir pazar yeri olarak bilinir (WEB 2). Zamanla, bu giyim ve dokuma ürünlerinin ticaretiyle özdeşleşen "şarpazarı" ismi, "şalpazarı" şekline dönüşmüştür (WEB 3).

şalpazarı bölgesinin tarihi dokusu, Oğuz Türklerinin Üçoklar kolundan gelen çepni boyunun varlığı ile zenginleşmiştir. çepni Türkleri, Akkoyunlu hükümdarı ve aynı zamanda Safavi Türkmen İmparatoru şah İsmail'in dayısı olan Uzun Hasan'ın döneminde, Trabzon'un Osmanlılar tarafından fethedilmesinden önce, Horasan ve Orta Asya'dan Anadolu'ya doğru uzun bir göç yolculuğuna çıkmışlardır. Bu göç, onları öncelikle Doğu Anadolu'nun doğu kesimleri ile İran'a taşımıştır. Ancak, bu bölgelerde yaşarken yerel yönetimlere karşı çıkan ayaklanmalara katılmaları sonucu, Anadolu'ya sürgün edilmelerine neden olan bir ferman yayımlanmıştır. Sürgünle birlikte, yüz bin kadar çepni Türkü, Doğu Karadeniz'in Gürgentepe, Koyulhisar, Dereli, Görele, Tirebolu, şebinkarahisar, Torul, Kürtün ve Ağasar (şalpazarı) gibi bölgelerine yerleşmiştir (WEB 2). 1461 yılında, Trabzon'un fethi ile birlikte, şalpazarı ve çevresi Osmanlı İmparatorluğu'nun topraklarına katılmıştır (Bostan, 2017).

Trabzon'a bağlı bir ilçe olan şalpazarı, Karadeniz Bölgesi'nin Doğu Karadeniz bölümünde konumlanmıştır. Trabzon şehir merkezinden yaklaşık 65 kilometre uzaklıkta batıda yer alan şalpazarı, deniz seviyesinden yüksek, dağlık bir coğrafyaya sahiptir (Yılmaz, 2006: 1). İlçe, Akhisar (Ağasar) ve Küçük dere isimli iki akarsuyun birleştiği noktada, Beşikdüzü ilçesinin batısında, Akhisar vadisi boyunca ve kıyıdan 15 kilometre içeride yer almaktadır. şalpazarı'nın toplam yüzölçümü 138 kilometrekare olup, ilçe merkezinin deniz seviyesinden yüksekliği 270 metredir. Bu coğrafi özellikler, şalpazarı'nın hem doğal güzelliklerini hem de stratejik konumunu ön plana çıkarır (Yılmaz, 2006). şalpazarı ilçe merkezinin görünümü Fotoğraf 1'de verilmiştir.



**Fotoğraf 1. Şalpazarı İlçe Merkezinden Bir Görünüm**

**Kaynak:** WEB 1.

Şalpazarı ilçesi, Karadeniz ikliminin karakteristik özelliklerini taşıyan bir bölgedir; burada yağış miktarı fazla, sıcaklık koşulları ise yaşam ve doğal evre için elverişlidir. Yüksek yağış miktarı ve sıcaklık koşullarının uygun olması, kuraklık olmamasıyla birlikte, ilçede zengin bir orman örtüsünün oluşmasına zemin hazırlamıştır. Şalpazarı'nın topoğrafiyası, genel olarak Doğu Karadeniz bölgesinin yeryüzü şekilleri ile benzer özellikler gösterir. İlçe, çeşitli akarsular, çaylar ve ırmaklarla sulanmaktadır, bu da Şalpazarı'nın su kaynakları açısından zengin bir potansiyele sahip olduğunu gösterir. Özellikle Ağasar Deresi, ilçedeki su kaynaklarının en önemlisi olarak öne çıkar (Yılmaz, 2006).

Ağasar Deresi, kaynağını Sis Dağı'nın (2182 metre) doğu eteklerinde yer alan iki ana su kaynağından alır. Bölgenin en yüksek noktası olan Sis Dağı, 2182 metre yüksekliği ile dikkat çekerken, onun bir uzantısı olan ve 1902 metre yüksekliğe sahip Karakısırak Dağı ise ikinci en yüksek dağı olarak bilinir (WEB 4).

Şalpazarı ilçesindeki insanlar, ekonomik gereksinimlerini tarih boyunca gurbetilik yaparak ve tarım ve hayvancılık yaparak karşılamışlardır. İlçe nüfusunun yaklaşık %10'u tarım ve hayvancılığı aile işletmeciliği biçiminde sürdürürken, %35'i gurbetilik yapmakta ve %20'si ise diğer

meslek dallarında çalışarak hayatını idame ettirmektedir. şalpazarı'nda, istihdamı artırıcı büyük bir yatırım bulunmamaktadır. Tarıma uygun arazi miktarının sınırlı olması, bölge halkını diğerk geçim kaynaklarına yönlendirmiştir. Bu geçim kaynakları arasında özellikle gurbetilik ve kamu sektöründe memuriyet öne çıkmaktadır (WEB 2).

şalpazarı ilçesi, coğrafi yapısının engebeli oluşu ve arazilerin büyük bir bölümünün ormanlık alanlarla kaplı olması nedeniyle geniş çaplı ticari faaliyetlere sınırlı imkân sağlar. Ancak, bu zorlu coğrafi koşullara rağmen, ilçede küçük ölçekli tarımsal faaliyetler yürütölmektedir (Yılmaz, 2006). İlçede ekonomik yaşamın temelini gurbetilik, tarım ve hayvancılık oluştururken, tarımsal üretimde fındık, mısır, patates, tereyağı ve bir dizi sebze ve meyve ön plana çıkar, ancak bu ürünler genellikle aile tüketimi için üretilir ve ticari bir gelir kaynağı olmaktan ziyade, kendi kendine yeterliliğı destekler (WEB 2).

İlçedeki ekonomik faaliyetlerin sınırlı oluşu, halkın geçim kaynağı olarak hayvancılığı öne çıkarmaktadır. İklim koşullarının hayvancılık için uygun olması, bu alandaki faaliyetlerin ilçe ekonomisine önemli bir katkı sağlamasına olanak tanımaktadır (Yılmaz, 2006). Sanayi faaliyetleri açısından ise, şalpazarı'nda kayda değerk bir endüstriyel yapı bulunmamaktadır. İlçedeki tek önemli tesis, 1971 yılında kurulan ve ilçenin tek süt fabrikası olan Sütöinar Tarımsal Kalkınma Kooperatifidir, ancak bu tesisin satış grafiğinin düşüşü, ilçedeki sanayi faaliyetlerinin kısıtlılığını daha da belirginleştirir (Yılmaz, 2006).

şalpazarı'nın el sanatları ve küçük ölçekli işletmeleri, özellikle ahşap ürünler, bakır işiliğı ve demir doğrama gibi alanlarda faaliyet göstermektedirler. Bu atölyelerde üretilen ürünler, genellikle yerel halkın günlük yaşamında kullanılan eşyalar ve hediyelik eşyalardır. Ormanlık alanların geniş bir yere sahip olmasına rağmen, bu alana yönelik atölye sayısı sınırlıdır ve ilçede modern sanayiden söz etmek mümkün

değildir. retilenler, daha çok yerel halkın acil ve öncelikli ihtiyaçlarını karşılamaya yöneliktir ve sektörde çalışan kişi sayısı da oldukça azdır (Yılmaz, 2006).

şalpazarı halkının kültürü, coğrafi koşullar ve yaşam biçimlerinin bir yansıması olarak zengin müzik ve halk oyunları geleneklerine sahiptir. Doğu Karadeniz'in dağlık yapısı ve sert iklim koşulları, bölge insanını enerjik ve hareketli olmaya yönlendirmiştir; bu özellikler, yöredeki halk oyunlarına da yansımıştır. şalpazarı'nda bu halk oyunları genel olarak "horon" adıyla bilinir ve kemençe eşliğinde oynanır. Kemenenin yanı sıra davul, zurna, kaval ve tulum gibi diğer geleneksel müzik aletleri ile de horonlar zenginleştirilir (Alemdar ve ark., 2020). Horon, erkekler ve kadınlar tarafından, gençler ve yaşlılar ile birlikte, düğünler, şenlikler, kutlamalar ve hasat günleri gibi özel anlarda oynanır ve bu topluluk etkinliklerinin ayrılmaz bir parçasıdır (WEB 5).

Trabzon ve şalpazarı bölgesindeki giyim kuşam, tarih boyunca bölgenin sosyal, ekonomik ve kültürel dinamikleri tarafından şekillendirilmiştir. Trabzon'un zengin kültürel mirası, liman şehri oluşu ve önemli ticaret yolları üzerinde bulunması, giyim kuşamda çeşitliliği ve zenginliği beraberinde getirmiştir (Alemdar ve ark., 2020). Bu kültürel miras, şalpazarı ilçesinde de yaşatılmakta ve yöresel kadın kıyafetleri, modern yaşamın getirdiği değişikliklere rağmen, günlük hayatta kullanılmaya devam etmektedir. Bu geleneksel giysiler, bölgenin kültürel kimliğini ve geçmişten günümüze taşınan estetik anlayışını koruyan önemli unsurlardır (WEB 2).

### **1.1.3. şalpazarı ilçesinin özel ilęi Turizm Potansiyeli**

şalpazarı ilçesi, doğal güzellikler ve kaynaklar açısından zengin bir potansiyele sahip olmasına rağmen, bu potansiyelin turizme açılması ve etkin bir şekilde kullanılması konusunda geçmiş yıllarda yeterli adımlar atılamamıştır. Bu durumun ana sebeplerinden biri, ilçenin doğal ve kültürel varlıklarının yeterince tanıtılamaması ve bu kaynaklardan

genellikle sadece yerel halkın faydalanıyor olmasıdır (Yılmaz, 2006). Hızlı kentleşme ve şehir yaşamının getirdiğı stres gibi faktörler insanları doğaya ve doğal güzellikleri keşfetmeye yönlendirmektedir. Bu bağlamda, Doğu Karadeniz bölgesinde trekking gibi doğa yürüyüşü organizasyonlarının popülerlik kazandığı görülmekte, Şalpazarı'nın da bu eğilimden yararlanabileceğı ve doğru tanıtım stratejileri ile turizmde hak ettiği yere ulaşabileceğı vurgulanmaktadır (Yılmaz, 2006).

Şalpazarı'nda düzenlenen yayla şenlikleri, bölgenin kültürel organizasyonları arasında önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle Kadirga Şenlikleri, Tonya, Maçka ve Torul ilçelerinin kesiştiğı Kadirga Tepesi'nde gerçekleştirilmekte ve hem yerel halk hem de çevre il ve ilçelerden gelen binlerce kişi tarafından yoğun ilgi görmektedir. Bu şenlikler, eğlence ve topluluk birlikteliğini ön plana çıkaran, yöre halkının yıl boyunca yaşadığı yorgunluğı atma ve kaynaşma fırsatı bulduğu etkinliklerdir (Yılmaz, 2006). Bu şenliklerin yanı sıra Sis Dağı, Alaca Pazarı ve Ağakonağı gibi diğer yayla şenlikleri de bölgede yayla turizminin potansiyeline işaret etmektedir. Erikbeli Yaylası'nın 1991 yılında yayla turizmi kapsamına alınması, Şalpazarı ilçesinde turizmin çeşitlendirilmesi ve geliştirilmesi yönünde atılmış önemli bir adımdır (Yılmaz, 2006). Bu durum, Şalpazarı'nın turizm potansiyelinin fark edilmesi ve değerlendirilmesi açısından umut verici bir örnektir.

#### **1.1.4. Şalpazarı İlçesi için SWOT Analizi ve TOWS Matrisi: Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi**

SWOT kelimesi, İngilizce strengths (güçlü yönler), weaknesses (zayıf yönler), opportunities (fırsatlar) ve threats (tehditler) kelimelerinden oluşmaktadır. SWOT analizi tekniğı; bir firmanın, sektörün, yatırımın, ülkenin veya coğrafi bölgenin içsel güçlü ve zayıf yönlerini belirlemeyi ve dış çevreden kaynaklanan fırsatları ve tehditleri saptamayı sağlamaktadır. Bu analiz, stratejik planlama sürecinde kullanılarak, mevcut durumun anlaşılmasına ve gelecek stratejilerinin

belirlenmesine yardımcı olmaktadır (Karadeniz ve ark., 2007). TOWS matrisi ise SWOT analizi yapıldıktan sonra mevcut durumun analizini yapmak için oluşturulur (Prokofyeva, 2011). Weihrich (1982) tarafından geliştirilen TOWS matrisi SWOT sözcüğünün tersi olarak türetilmiştir. TOWS matrisine göre dört başlık altında uygulanabilecek stratejiler ortaya çıkarılmıştır. Bu stratejiler; "güçlü yanlar-fırsatlar stratejisi", "güçlü yanlar-tehditler stratejisi", "zayıf yanlar-fırsatlar stratejisi" ve son olarak "zayıf yanlar-tehditler stratejisi"dir (Dinçer Aydoğan & Karayılan, 2016).

şalpazarı ilçesinin özel ilgi turizmi potansiyeli üzerine yapılan incelemeler ve elde edilen veriler ışığında, ilçenin bu alandaki güçlü yönleri, zayıf yönleri, karşılaşılabilecek fırsatlar ve tehditler analiz edilmiştir. Bu analizler sonucunda, şalpazarı'nın özel ilgi turizmine yönelik bir SWOT analizi gerçekleştirilmiş, bu analiz doğrultusunda ilçenin turizm potansiyelini nasıl daha iyi geliştirebileceğine dair stratejik bir yaklaşım sunan bir TOWS matrisi hazırlanmıştır. Bu alışma, şalpazarı'nın özel ilgi turizmi alanında sahip olduğu avantajları maksimize edebilme ve karşılaşılabilecek zorlukları minimize edebilme yolunda kritik bir adım olarak değerlendirilebilir. şalpazarı ilçesi için hazırlanan SWOT analizi Tablo 2'de verilmiştir.

**Tablo 2. şalpazarı İlçesinin zel İlgi Turizmine İlişkin SWOT Analizi**

| <b>Güçlü Yönler</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>Zayıf Yönler</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ özel ilgi turizmi için elverişli iklim, doğal kaynaklar ve çevresel özelliklere sahip olması,</li> <li>➤ Dört mevsimin tüm özelliklerini deneyimiyor olması,</li> <li>➤ Coğrafi yapısının dağ turizmine uygun olması,</li> <li>➤ Sakin bir şehir yapısının olması,</li> <li>➤ Kış, botanik, çiftlik turizmi ile kamp ve karavan turizmine uygun alanlara sahip olması,</li> <li>➤ Yöresel mutfak, aħřap ve el sanatları çeşitliliğinin olması,</li> <li>➤ Kırsal kültürün sürdürülüyor olması,</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ G vermesi,</li> <li>➤ Halkın bilinçsiz olması,</li> <li>➤ üretimin az olması,</li> <li>➤ Gençlere yönelik aktivitelerin eksik olması,</li> <li>➤ Dağlık arazi yapısına sahip olması,</li> <li>➤ Profesyonel turizm faaliyetlerinin eksik olması,</li> <li>➤ Yörede tam hakimiyetin sağlanamaması,</li> <li>➤ Doğal çevrenin yeterince korunmaması,</li> <li>➤ Artan betonlaşma sorunu,</li> <li>➤ Potansiyel turizm ürünlerinin turizme kazandırılmaması ve</li> <li>➤ şalpazarı turizmi üzerine yapılan akademik çalışmaların yetersiz olması.</li> </ul> |

| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Yayla kültürünün devam ettirilmesi ve</li> <li>➤ İlçede yöresel şenliklerin ve geleneklerin yaşatılmaya devam edilmesi.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Fırsatlar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Tehditler                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Yayla turizminin, Şalpazarı yerel halkının ekonomik kalkınmasına katkı sağlaması,</li> <li>➤ İlçenin, özel ilgi turizmi için zengin kaynak çeşitliliğine sahip olması,</li> <li>➤ Geniş ve bozulmamış turizm alanlarına sahip olması,</li> <li>➤ Özel ilgi turizmi için keşfedilmemiş alanlarının turizme kazandırılma potansiyelinin yüksek olması,</li> <li>➤ Yerel düzeyde çeşitli şenliklerin ve yöresel etkinliklerin düzenlenmesi (Sis Dağı Yaylası Şenlikleri, Alaca Yaylası Şenlikleri, vb.) ve</li> <li>➤ Doğal, tarihi ve kültürel zenginlikleriyle araştırmacılara büyük fırsatlar sunması.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ İlçenin yakın çevresinde bulunan turistik destinasyonların çekiciliği,</li> <li>➤ Çarpık yapılaşmadan kaynaklanan olumsuz çevre görünümü,</li> <li>➤ Tarihi ve doğal dokunun zarar görmesi,</li> <li>➤ Turizm kaynaklarının yeterince kullanılamaması,</li> <li>➤ Mevcut ve yeni özel ilgi turizm alanlarına yönelik inceleme ve araştırmaların yeterli düzeyde yapılmaması,</li> <li>➤ Şalpazarı'nda birçok turizm alanının imaj gücünün zayıf olması ve</li> <li>➤ Tanıtım ve pazarlamanın yetersiz olması.</li> </ul> |

**Kaynak:** Bayraktar, (2021: 119-120).

Şalpazarı ilçesinde, özel ilgi turizmini geliştirmeye yardımcı olabilmek adına SWOT analizinden yola çıkılarak TOWS matrisi oluşturulmuştur. TOWS matrisi Tablo 3'te verilmiştir.

**Tablo 3. Şalpazarı İlçesinin Özel İlgi Turizmine İlişkin TOWS Matrisi**

| G-F Stratejileri                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Z-F Stratejileri                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Doğal kaynakların etkin bir şekilde değerlendirilmesi sağlanmalıdır.</li> <li>➤ Yayla turizminin sağladığı katkılar, yayla kültürünün devamlılığını güvence altına almak için değerlendirilmelidir,</li> <li>➤ Tarımsal ve hayvancılık faaliyetleri sonucunda elde edilen ürünler ile geleneksel yiyecekler, el işleri gibi ürünler turizm ürünü olarak kullanılmalı ve şenliklerin devamlılığı sağlanmalıdır,</li> <li>➤ İlçe, kış turizmi, botanik turizmi, çiftlik turizmi ve kamp/karavan turizmi gibi çeşitli turizm türleri için canlandırılmalıdır.</li> <li>➤ Bölgeye gruplar halinde veya bireysel olarak gelen turistlere, ilçede yeni keşfedilen doğal, kültürel ve tarihi zenginliklerin fuarlar aracılığıyla tanıtılması, pazarlanması ve turist sayısının artırılması gerekmektedir.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ İlçenin turizme kazandırılması için tanıtımı daha etkili bir şekilde yapılmalıdır.</li> <li>➤ Doğaya uygun, geleneksel yapıların kullanımı teşvik edilmeli ve betonlaşma önlenmelidir.</li> <li>➤ Yatırım ve teşviklerle ilçenin gelişimi desteklenmelidir.</li> <li>➤ Özel ilgi turizmi için potansiyel sunan kaynaklar keşfedilmeli ve turizm alanlarının farklı amaçlarla kullanılması için uygun politikalar ve eğitimler geliştirilmelidir. Bu sayede turizm alanlarının amaç dışı kullanımı azaltılabilir.</li> <li>➤ İlçede gerçekleştirilecek projelerde araştırmacıların katılımı sağlanarak verimlilik artırılmalı ve özel ilgi turizm alanlarında daha verimli incelemeler yapılmalıdır.</li> <li>➤ İlçede bulunan geniş kaynak çeşitliliği, özel ilgi turizminin geliştirilmesi için profesyonel bir yaklaşımla kullanılmalıdır.</li> <li>➤ Şalpazarı'nın geniş turizm potansiyeli olan alanları değerlendirilerek, göçün önlenmesi için çeşitli tedbirler alınmalıdır.</li> </ul> |

| G-T Stratejileri                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Z-T Stratejileri                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ çarpık kentleşme ve çevre kirliliğinin olumsuz etkilerini en aza indirmek için politikalar oluşturulmalıdır.</li> <li>➤ İlçede turizm alanlarının zayıf imajı güçlendirilmelidir; bu amaçla bölgede yapılan yayla şenlikleri etkin bir şekilde kullanılabilir.</li> <li>➤ Özel ilgi turizmine uygun iklim, doğal kaynaklar ve çevreye sahip olan Şalpazarı'nda turizm kaynaklarının etkin bir şekilde kullanılmasını sağlamak amacıyla projeler hazırlanmalıdır.</li> <li>➤ Yöresel yemek, ahşap ve el sanatları zenginliğine sahip olan ilçede, bu ürünlerin satışı artırılarak gelir düzeyindeki dengesizlik sorunu çözülmelidir.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Doğal kaynakların ve çevrenin tahrip olma riski göz önünde bulundurularak turizmi canlandırma konusunda çalışmalar yapılmalıdır.</li> <li>➤ Turistlerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek alternatif çözümler üretmek için turizm alanlarının farklı amaçlarla kullanılması sağlanmalıdır.</li> <li>➤ Yakın turistik destinasyonların çekicilikleri dikkate alınarak ilçede tanıtım ve pazarlama faaliyetleri artırılmalıdır.</li> <li>➤ Üniversitelerle iş birliği yaparak özel ilgi turizmini geliştirmeye yönelik çalışmalar yapılmalıdır.</li> </ul> |

**Kaynak:** Bayraktar (2021: 121-123).

## 2. SONUÇLAR, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Şalpazarı ilçesi, bölgedeki turizmin kıyı alanlarından iç kısımlara doğru uzanmasına, turizmin çeşitlendirilmesine ve tüm yıla yayılmasına olanak sağlayabilecek durumdadır. Ormanları, yaylaları, akarsuları, zengin bitki örtüsü, hayvan zenginliği geleneksel evleri, zengin tarihi ve kültürel yapısı ile özel ilgi turizmi açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Ancak, Şalpazarı ilçesi, kendi bölgesi içerisindeki diğer yerlere kıyasla turizm konusunda oldukça geride kalmıştır (Bayraktar, 2021). Turizm, Şalpazarı ilçesinin ekonomik gelişiminde stratejik öneme sahip sektörlerden biri olarak kabul edilmelidir. Şalpazarı ilçesi, turizm açısından zengin bir potansiyele sahip olmasına rağmen, bu potansiyeli tam olarak değerlendirememektedir. Göç vermesi, yetersiz tanıtım ve altyapı eksikliği gibi faktörler, turizm potansiyelinin tam olarak kullanılmasını engellemektedir. Bu nedenle, bu araştırmada, Şalpazarı ilçesinin özel ilgi turizmi potansiyelini belirlemek ve bu potansiyelden daha fazla faydalanmak için stratejiler geliştirmek amaçlanmaktadır. Bu amaçla, Şalpazarı ilçesi için SWOT analizi ve TOWS matrisi oluşturulmuştur. Özel ilgi turizmi çerçevesinde Şalpazarı ilçesi için yapılan SWOT analizi, Şalpazarı ilçesinin turizm potansiyelini belirlemek için önemli bir araçtır. Bu analiz, ilçenin içsel ve dışsal faktörlerini değerlendirerek üstünlükleri, zayıflıkları, fırsatları ve tehditleri

ortaya koymaktadır. şalpazarı ilçesinde özel ilgi turizm potansiyelinin yüksek olduğu, fakat bu potansiyelden istenilen düzeyde faydalanılamadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan SWOT analizi ve TOWS matrisi sonucunda ilçenin özel ilgi turizm türlerini geliştirmek için öneriler şu şekildedir:

### **Güçlü Yönlerin Artırılması:**

- Doğal kaynakların etkin bir şekilde kullanılması için sürdürülebilir turizm projeleri geliştirilmelidir.
- İlçedeki Çepni kültürü korunarak ve yaşatılarak turizme kazandırılmalıdır; kültürel etkinlikler düzenlenmeli ve geleneksel el sanatları desteklenmelidir.
- İlçenin kış turizmi, botanik turizmi, çiftlik turizmi ve kamp ve karavan turizmi için altyapı ve tanıtımı güçlendirilmelidir.
- Yayla turizminin sunduğu olanaklar yayla kültürünün devamlılığını sağlamak için değerlendirilmelidir; yaylacılığa yönelik projeler desteklenmelidir.

### **Zayıf Yönlerin Kuvvetlendirilmesi:**

- İlçedeki eksik konaklama işletmeleri ve lokantalar yenilenmeli ve geleneksel dokuya zarar vermeden uygun bir şekilde düzenlenmelidir.
- İş olanaklarının artırılması için genç nüfusa yönelik istihdam fırsatları ve eğitim programları düzenlenmelidir.

### **Fırsatların Değerlendirilmesi:**

- Özel ilgi turizmi ačíısından zengin kaynak çeřitliliđi kullanılarak ilçede profesyonel turizm geliřtirilmelidir.
- Yakın turistik destinasyonların cazibesini kullanarak ilçenin tanıtım ve pazarlama faaliyetleri arttırılmalıdır.
- Üniversite iş birliği ile özel ilgi turizmini geliştirmeye yönelik çalışmalar yapılmalıdır.

### **Tehditlerden Korunma:**

- Çarpık kentleşme ve çevre kirliliğinin önlenmesi için çevresel politikalar ve yönetmelikler geliştirilmelidir.

➤ Turizm alanlarının farklı amaçlarla kullanılması sağlanarak turistlerin ihtiyaını karşılayabilecek alternatif çözümler üretilmelidir.

şalpazarı ilçesi, turizm faaliyetlerini yürütmek için zengin bir kaynak potansiyeline sahiptir. İlçenin zel ilgi turizmine uygun iklimi, doğal kaynakları ve çevresi, dört mevsimi yaşaması, zengin tarihi ve kültürel mirası, sakin kent dokusu, çeşitli turizm türlerinin yapılabilereği alanlara sahip olması, yayla kültürünün yaşatılması ilçenin üstünlüklerini ve güçlü yanlarını göstermektedir. Buna göre, ilçedeki yüksek potansiyel dikkate alınarak özel ilgi turizmini canlandırmak ve ekonomik kalkınmayı sağlamak amacıyla geniş kapsamlı çalışmalar yapılmalıdır.

### 3. KAYNAKÇA

**Akoğlan, K. M. & Bahçe, A. S. (2012).** zel İlgi Turizmi. (2. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

**Albayrak, A. (2013).** Alternatif Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık.

**Aydın, B. (2020).** Destinasyon Yaşam Döngüsü Modeli Kapsamında Turizm Destinasyonlarında Yeniden Canlandırma Stratejilerinin Belirlenmesi: Kaş rneği. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

**Bahçe, A. S. (2016).** Alternatif Turizm. (Edt.: Yüksek G.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.

**Bayraktar, G. (2021).** şalpazarı İlçesinin zel İlgi Turizm Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

**Bayram, E. G. (2016).** Alternatif Turizm Tanımı ve Kavramlar. (Edt.: Yaylı A. & Sürücü .). Ankara: Detay Yayıncılık.

**Brotherton, B. & Himmetoğlu, B. (1997).** Beyond Destinations-Special Interest Tourism and Hospitality Research. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 8(3), 11-30.

**Bostan, İ. (2017).** şalpazarı'nın Tarihçesi Üzerine Bir İnceleme. <https://salpader.org.tr/salpazarı-merkezinin-tarihsel-gelisimi/>, E.T.: 25.04.2024.

**Dinçer, M. Z., Aydoğan Ç, M. & Karayılan, E. (2016).** Gelişmekte Olan Ülkelerde Medikal Turizm: Türkiye'nin Tayland, Malezya ve Hindistan'a Göre Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 40(1), 34-60.

**Hall, C. M. & Weiler, B. (1992).** What's Special About Special Interest Tourism? (Edt.: Weiler B. & Hall C. M.). London: Belhaven Press.

**Karadeniz, E., Kandır, S. Y. & Önal, Y. B. (2007).** Seçilmiş Paydaşların SWOT Yöntemiyle Türk Turizm Yatırımlarını Değerlendirmesine Yönelik Bir Pilot Çalışma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(2), 195-205.

**Küçükaslan, N. (2007).** Özel İlgi Turizmi. Ankara: Ekin Yayınevi.

**Prokofyeva, V. (2011).** Seyahat Acentelerinin Bakış Açısıyla Tataristan'daki İÇ Turizm Talebinin Değerlendirilmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

**Soyak, M. (2013).** Uluslararası Turizmde Son Eğilimler ve Türkiye'de Turizm Politikalarının Evrimi. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4, 1-18.

**Syratt, G. & Archer, J. (2003).** Short Breaks, Special Interest Holidays, Theme Parks, Holiday Centres, Accommodation and Theatre Reservations. *Manual of travel Agency Practice*. (3. Edition). Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.

**afaklı, O. & Erkut, Z. (2002).** Kuzey Kıbrıs Cumhuriyeti'nde zel İlgı Turizminin Karşılaştırmalı stnlğ. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 33-38.

**Tanrısevdi, A. & Çavuş, . (2003).** zel İlgı Turizmi ve zel İlgı Turizmi Kapsamında Kuşadası ve Çevresinde Var Olan Potansiyel Kaynaklar zerine Kuramsal Bir inceleme. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 9-22.

**Tsanus, P. Manologlou, E. & Markou, A. (2001).** Domestic Tourism in Greece and Special Interest Destinations: The Role of Alternative Forms of Tourism. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 12(1), 35-42.

**Turizm Bakanlığı. (1999).** Turizm Terimleri Sözlüğü. Ankara: Turizm Bakanlığı.

**WEB 1:** <https://www.salpazari61.com/arsivler/40449>, E.T.: 12.02.2024.

**WEB 2:** <https://salpazari.bel.tr/salpazari-tarihi>, E.T.: 20.04.2021.

**WEB 3:** <https://trabzon.ktb.gov.tr/TR57626/salpazari.html>, E.T.: 20.04.2021.

**WEB 4:** [https://salpader.org.tr/salpazari-cografyasi-dere-ve-daglar/#\\_ftn1](https://salpader.org.tr/salpazari-cografyasi-dere-ve-daglar/#_ftn1), E.T.: 24.04.2021.

**WEB 5:** <https://trabzon.ktb.gov.tr/TR-57709/kultur.html>, E.T.: 13.03.2021.

**Weihrich, H. (1982).** The TOWS Matrix-A Tool For Situational Analysis. *Long Range Planning*, 15 (2), 54-66.

**Yılmaz, Z. (2006).** Şalpazarı İlçe Merkezinin Coğrafi Etüdü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.



# **TURİZM VE DESTİNASYON ARAŞTIRMALARI**

**VII**

## **BÖLÜM II**

---



# **TÜRKİYE’DE TURİZM EĞİTİMİNİN GÜNCEL DURUMUNUN TESPİTİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA\***

**Gamze AYDIN**

Yüksek Lisans Öğrencisi, Sinop Üniversitesi,  
gamzeaktemur@hotmail.com, ORCID ID: 0009-0007-0789-8799

**Özlem KÖMÜRCÜOĞLU**

Yüksek Lisans Öğrencisi, Sinop Üniversitesi,  
ozlem.komurcuoglu1@gmail.com, ORCID ID: 0009-0007-4352-2596

## **1. GİRİŞ**

Turizm; gelişen, değişen ve dinamik yapısı ile ön plana çıkan bir sektördür. Bu sektörün hızla büyüme ve gelişme göstermesi ülkelerin ulusal ekonomileri için oldukça önemlidir (Akın ve ark., 2012). Turizm sektöründe dikkat çekilen bu hareketlilikten ve gelir artışından daha fazla pay almak isteyen ülkeler arasında rekabet de hızla artmaktadır. Sektördeki başarının sağlanmasında ve gelirlerin daha fazla arttırılmasında sunulan hizmetlerin kalitelerinin arttırılması ve turist memnuniyetinin sağlanması önemli unsurlar olarak ortaya çıkmaktadır. Söz konusu bu unsurları sağlayabilmek için turizm sektöründe çalışanların işlerini doğru ve yeterli düzeyde yapmaları, iletişim becerileri yüksek ve turist odaklı olmaları gerekmektedir. Tüm bu nitelikler ve gereksinimler ise beraberinde mesleki eğitime sahip ve kalifiye çalışanları zorunlu kılmaktadır. Bu süreç ise temelinde kaliteli bir mesleki ve genel eğitime dayanmaktadır (Ertürk, 2003). Emek yoğun bir sektör olma özelliği bulunan turizm sektöründe turistik

---

*\* Bu kitap bölümü 25-26 Aralık 2023 tarihlerinde düzenlenen III. International Conference on Scientific and Academic Research Kongresi’nde kabul alan ve aynı başlıkla yazarlar tarafından sunumu yapılan özet bildirinin genişletilmiş ve farklı parametrelerle detaylandırılmış halidir.*

ürünlerin üretim ve sunum aşamasında doğrudan insan kaynağına ihtiyaç duyulmaktadır. İnsan kaynağına olan ihtiyaç beraberinde verilen hizmete uygun standartlarda eğitim almış insan kaynağına olan gerekliliğı meydana getirmektedir (Üçüncü Turizm Şurası, 2017).

Eğitim; insanların davranışlarını istenilen şekilde değiştirmek ve geliştirmek için yapılan çabaların toplamını ifade etmektedir (Sarı, 2007: 5). Mesleki eğitim; insanların iş hayatlarında gerekli olan temel yetenekleri kazanmalarını sağlayan ve ayrıca insanların kendi yeteneklerini geliştirmelerine olanak tanıyan eğitim süreci olarak tanımlanabilmektedir (Kozak & Kızılırmak, 2001: 9). Turizm eğitimi ise; *“toplumda turizm bilincini yerleştirmek, turizm kaynaklarını koruyacak bilinci geliştirmek, turiste karşı onun ekonomik gücüne, ırkına, milliyetine, diline, toplumdaki statüsüne, ahlâk ve namus düzeyine, siyasal ideolojilerine göre ayırım yapmadan eşit ve dürüst hizmet etmek anlayış ve terbiyesini vermek, turizmin sağladığı uzun vadeli çıkarlar üzerine dikkati çekerek saygıya ve konukseverliğe dayalı bir davranış düzenini yerleştirmek”* (Olalı, 1982; aktaran; Güney ve ark., 2017). Turizm eğitimi sayesinde turizm sektöründe çalışanların niteliklerinin arttırılması, verimliliklerinin yükseltilmesi ve hizmet kalitesinin daha üst seviyelere taşınabilmesi mümkün olacaktır (Hacıoğlu ve ark., 2008: 14).

Bu kapsamda Türkiye’de örgün eğitim kapsamında lise, ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeyde verilen turizm eğitiminin güncel mevcut durumunu tespit etmek çalışmanın ana amacını oluşturmaktadır. İlgili amaç doğrultusunda Millî Eğitim Bakanlığı (MEB) ve Yükseköğretim Kurulu (YÖK) web sayfalarında yer alan istatistiki veriler ve üniversitelerin ilgili web sayfalarından veriler derlenmiştir.

## 1.1. İlgili Alanyazın

### 1.1.1. Eğitim

Türk Dil Kurumu (TDK) göre eğitim; *“Çocukların ve gençlerin toplum yaşayışında yerlerini almaları için gerekli bilgi, beceri ve anlayışları elde etmelerine, kişiliklerini*

*geliştirmelerine okul içinde veya dışında, doğrudan veya dolaylı yardım etme; terbiye” şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 2023). Diğer bir tanıma göre ise eğitim; “Yeni kuşakların, toplum yaşayışında yerlerini almak için hazırlanırken gereken bilgi, beceri ve anlayışlar elde etmelerine ve kişiliklerini geliştirmelerine yardım etmek etkinliğidir” (Başaran, 1992; aktaran; Ertürk, 2023).*

### **1.1.2. Turizm Eğitimi**

Turizm alanında yapılan ilk resmi ve geçerli araştırmalar 1940’lı yılların öncesine dayansa da turizm eğitimi konusunda 1980’li yılların öncesine ait çok fazla akademik ve bilimsel çalışmaya rastlanmamaktadır. 1980’li yıllarla birlikte ise turizm eğitimi konusunda ve alanyazında çok fazla çalışma yapıldığı görülmektedir (Koh, 1994: 853). Turizm eğitimi; turizm sektörünün doğrudan ve dolaylı tüm bileşenlerinin ve boyutlarının bir alt bileşeni şeklinde tanımlanabilir (Ayikoru ve ark., 2009: 191). Ayrıca turizm eğitimi; turizm sektöründe yer alan işletmelerin performans ve verimliliğini arttırmak amacıyla yapılan araştırma ve planlamaların gerçekleştirilmesi ve bu doğrultuda ihtiyaç duyulan çalışanların yetiştirilmesi için verilen eğitim olarak tanımlamak da mümkündür (Ünlüönen ve ark., 2010: 146).

### **1.1.3. Türkiye’de Turizm Eğitimi**

Türkiye’de turizm eğitimi konusunda ve özelinde planlı ve sistemli bir planlama ilk kez 1950’li yıllarda gündeme gelmiştir. 1953 yılında açılan mesleki turizm kursları ve 1961 yılında Ankara’da açılan Otelcilik Okulu ile de bu plan hayata geçirilmiştir (Ertürk, 2023). Milli Eğitim Temel Kanunu’nun 18. Maddesine göre; Türk Milli Eğitim Sistemi örgün eğitim ve yaygın eğitim olmak üzere iki ana bölümden teşkil edilmiştir. Örgün eğitim; okul öncesi eğitim, ilköğretim, ortaöğretim ve yükseköğretim kurumlarını kapsamaktadır. Örgün turizm eğitimi ise insanlara ortaöğretimden başlayarak doktora sürecinin sonuna kadar devam eden ve bunu sonucunda diploma verilen bir süreçtir (Başkan ve ark., 2015). Örgün turizm eğitimi Türkiye’de Millî Eğitim Bakanlığı’na bağlı olarak lise düzeyinde ve Yükseköğretim Kurulu’na bağlı

üniversitelerde ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeyinde verilmektedir (Ongun ve ark., 2016). Örgün turizm eğitimi mesleki ve genel turizm eğitimi olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. (Güçer, 2004: 31). Örgün mesleki turizm eğitimi; turizm işletmelerindeki işgücü ihtiyacını karşılamak için yeterli bilgiye ve beceriye sahip çalışanlar yetiştirmek amacıyla yürütölen, eğitimin sonunda öğrencilerin diploma sahibi oldukları, planlı, programlı ve eğitim kurumlarında gerçekleştirilen faaliyetlerin bütünüdür (Ertürk, 2023: 722). Genel turizm eğitimi ise Türkiye’de örgün eğitim kapsamında ilköğretim kurumlarında, lise ve meslek liselerinde turizm dersi adı altında seçmeli ders olarak verilmektedir (Güçer, 2004: 34).

#### 1.4. İlgili Araştırmalar

Arslan & Boylu (2014) çalışmalarında; Türkiye örgün turizm eğitiminin mevcut durumunu analiz etmişlerdir. Çalışma sonucunda; Türkiye’de Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri’nde 1961-1962 yıllarında öğrenci sayısı 89 iken 2012-2013 yıllarında bu sayının 32748 olduğunu; ön lisans düzeyinde turizm eğitimi veren üniversitelerde öğrenci sayısının 1983-1984’de 1034 iken bu sayının 2012-2013 yılında 41755 olduğunu; lisans düzeyinde eğitim veren üniversitelerde öğrenci sayısının 1983-1984’de 1079 iken 2012-2013 yılında 28040 olduğunu ve lisansüstü düzeyde turizm eğitimi veren üniversitelerde ise öğrenci sayısının 1983-1984’de 41 iken 2012-2013 yılında bu sayının 1264 olduğunu tespit etmişlerdir.

Solmaz & Ulama (2014) çalışmalarında; Türkiye’de mevcut turizm eğitiminin ve öğretiminin durumunu 2013 yılı itibari ile mevcut durumunu analiz etmişlerdir. Çalışma sonucunda; ortaöğretimde turizm eğitimi alan öğrenci sayısının 32748, ön lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrenci sayısının toplamda 38411, lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrenci sayısının 27652 ve yüksek lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrenci sayısının toplamda 863 ve doktora düzeyinde turizm eğitimi alan öğrenci sayısının toplamda 251 olduğunu tespit etmişlerdir. Başkan ve arkadaşları (2015) çalışmalarında; Türkiye’de lisans düzeyinde verilen turizm

eğitiminin mevcut durumunu analiz etmişlerdir. Çalışma sonucunda; 2014 yılında aktif olarak eğitim veren 45'i devlet ve 17'si vakıf veya özel olmak üzere toplam 62 üniversitede "Fakülte" veya "Yüksekokul" adı altında toplam 70 lisans düzeyinde turizm eğitimi veren kurum tespit etmişlerdir. Çalışma sonuçlarına göre ilgili kurumların 26'sı Turizm Fakültesi, 17'si Turizm Yüksekokulu, onu Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, altısı İşletme Fakültesi, dördü İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ve geri kalan yedisi ise üniversitelerin muhtelif fakülteleri veya yüksekokulları altında eğitim vermektedirler. Ertürk (2023) Türkiye'de mevcut turizm eğitiminin ve öğretiminin durumunu alarak 2023 yılı itibari ile mevcut durumunu analiz etmiştir. Çalışma sonucunda; 2022-2023 eğitim öğretim yılı itibariyle lise düzeyinde turizm eğitimi veren okullarda 110244; ön lisans düzeyinde turizm eğitimi veren okullarda 117972; lisans düzeyinde turizm eğitimi veren okullarda 64095; yüksek lisans düzeyinde turizm eğitimi veren okullarda 5894; doktora düzeyinde turizm eğitimi veren okullarda 1076 öğrencinin olduğunu tespit etmiştir.

## **2. YÖNTEM**

### **2.1. Araştırmanın Amacı**

Türkiye'de örgün eğitim kapsamında lise, ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeyde verilen turizm eğitiminin güncel mevcut durumunu tespit etmek çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

### **2.2. Araştırmanın Kapsamı**

Araştırma amacı doğrultusunda MEB ve YÖK web sayfalarında yer alan istatistiki veriler ve üniversitelerin ilgili web sayfalarından veriler 15 Ekim-15 Kasım 2023 dönemi itibariyle derlenmiştir.

### **2.3. Araştırmada Veri Toplama Yöntemi ve Verilerin Analizi**

Bu çalışmada 15 Ekim-15 Kasım 2023 dönemi itibariyle ilgili web sayfalarından veriler derlenmiştir. Elde edilen veriler

ise il, ilçe, üniversite, fakülte, bölüm-program ve öğrenci sayısı başlıkları altında tablo haline getirilmiştir.

### 3. BULGULAR

#### 3.1. Lise Düzeyinde Turizm Eğitiminin Durumu

Türkiye’de lise düzeyinde turizm eğitimi ilgili web sayfalarından elde edilen verilere göre, Yiyecek İçecek Hizmetleri, Konaklama ve Seyahat Hizmetleri alanları adı altında verilmektedir. Detaylı bilgiler Tablo 1’de verilmiştir.

**Tablo 1. Lise Düzeyinde Turizm Eğitiminin Durumu**

| İl             | İlçe        | Alan                            | Öğrenci Sayısı |
|----------------|-------------|---------------------------------|----------------|
| Adana          | Ceyhan      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 260            |
|                |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 59             |
|                | Çukurova    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 498            |
|                |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 158            |
|                | İmamoğlu    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 21             |
|                | Kozan       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 78             |
|                |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 36             |
|                | Pozantı     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 4              |
|                | Sarıçam     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 224            |
|                |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 157            |
| Adıyaman       | Seyhan      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 694            |
|                | Yüreğir     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 317            |
|                | Merkez      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 428            |
|                |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 164            |
|                | Besni       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 83             |
|                | Gölbaşı     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 76             |
|                | Kâhta       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 9              |
|                | Tut         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 7              |
|                | Merkez      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 652            |
|                |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 122            |
| Afyonkarahisar | Bolvadin    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 66             |
|                | Çay         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 50             |
|                | Dazkırı     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 4              |
|                | Dinar       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 60             |
|                | Emirdağ     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 3              |
|                | İhsaniye    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 128            |
|                | İncehisar   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 10             |
|                | Sandıklı    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 164            |
|                |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 48             |
|                | Şuhut       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 124            |
| Ağrı           | Merkez      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 10             |
|                |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 14             |
|                | Diyadin     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 16             |
|                | Doğubayazıt | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 128            |
|                | Eleşkirt    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 89             |
|                | Patnos      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 12             |
|                | Merkez      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 524            |

|         |                 |                                 |     |
|---------|-----------------|---------------------------------|-----|
|         | Eskil           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1   |
|         | Ortaköy         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 9   |
| Amasya  | Merkez          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 193 |
|         |                 | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 81  |
|         | Göynücek        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1   |
|         | Gümüşhacıköy    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 55  |
|         |                 | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 104 |
|         | Merzifon        | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 5   |
|         | Suluova         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 20  |
|         | Taşova          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 6   |
|         | Akyurt          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 53  |
|         | Altındağ        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 793 |
| Ankara  | Beypazarı       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 206 |
|         |                 | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 31  |
|         | Çamlıdere       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 29  |
|         | Çankaya         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 534 |
|         |                 | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 89  |
|         | Çubuk           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 113 |
|         | Elmadağ         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 50  |
|         | Etimesgut       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 367 |
|         | Gölbaşı         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 196 |
|         |                 | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 71  |
|         | Güdül           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 30  |
|         | Haymana         | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 27  |
|         | Keçiören        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 916 |
|         | Kızılcahamam    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 58  |
|         | Mamak           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 511 |
|         | Nallıhan        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 8   |
|         | Polatlı         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 52  |
|         | Pursaklar       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 149 |
|         | Sincan          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 997 |
|         | Şereflikoçhisar | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 36  |
| Antalya | Yenimahalle     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 931 |
|         | Alanya          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 776 |
|         |                 | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 215 |
|         | Demre           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 65  |
|         |                 | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 1   |
|         | Döşemealtı      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 264 |
|         |                 | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 110 |
|         | Elmalı          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 13  |
|         | Finike          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 166 |
|         |                 | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 1   |
|         | Gazipaşa        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 216 |
|         |                 | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 55  |
|         | Kaş             | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 196 |
|         |                 | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 34  |
|         | Kemer           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 223 |
|         |                 | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 105 |
|         | Kepez           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 563 |
|         |                 | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 352 |
|         | Konyaaltı       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 179 |
|         |                 | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 109 |
|         | Korkuteli       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 20  |
|         | Kumluca         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 142 |
|         |                 | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 92  |

|           |             |                                 |     |
|-----------|-------------|---------------------------------|-----|
|           | Manavgat    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 537 |
|           |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 126 |
|           | Muratpaşa   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 915 |
|           |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 348 |
|           | Serik       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 441 |
|           |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 95  |
| Ardahan   | Merkez      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 49  |
|           | Damal       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1   |
|           | Göle        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 89  |
|           |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 73  |
| Artvin    | Arhavi      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 26  |
|           | Merkez      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 86  |
|           |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 36  |
|           | Borçka      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 69  |
|           |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 50  |
|           | Hopa        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 9   |
|           | Şavşat      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1   |
|           | Yusufeli    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 3   |
|           |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 22  |
| Aydın     | Bozdoğan    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 91  |
|           | Buharkent   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 4   |
|           | Çine        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 72  |
|           | Didim       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 259 |
|           |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 70  |
|           | Efeler      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 393 |
|           |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 98  |
|           | Germencik   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 6   |
|           | İncirliova  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 5   |
|           | Karacasu    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 92  |
|           | Koçarlı     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 17  |
|           | Köşk        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 50  |
|           | Kuşadası    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 195 |
|           |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 168 |
|           | Kuyucak     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 7   |
|           | Nazilli     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 172 |
|           | Söke        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 313 |
|           |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 94  |
|           | Sultanhisar | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 3   |
|           | Yenipazar   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 18  |
| Balıkesir | Altıeylül   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 121 |
|           | Ayvalık     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 325 |
|           |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 118 |
|           | Bandırma    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 165 |
|           |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 57  |
|           | Bigadiç     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 71  |
|           | Burhaniye   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 88  |
|           |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 1   |
|           | Dursunbey   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 55  |
|           | Edremit     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 333 |
|           |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 71  |
|           | Erdek       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 77  |
|           | Gömeç       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1   |
|           | Gönen       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 143 |
|           |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 63  |
|           | Havran      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 24  |

|                |                  |                                 |       |
|----------------|------------------|---------------------------------|-------|
|                | İvrindi          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1     |
|                | Karesi           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 361   |
|                | Kepsut           | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 167   |
|                | Marmara          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 3     |
|                | Sındırgı         | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 15    |
|                | Susurluk         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 56    |
|                |                  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 29    |
| <b>Bartın</b>  | Amasra           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 114   |
|                |                  | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 64    |
|                | Merkez           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 206   |
|                | Ulus             | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1     |
| <b>Batman</b>  | Merkez           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 349   |
|                |                  | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 219   |
|                | Beşiri           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 31    |
|                | Kozluk           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1     |
| <b>Bayburt</b> | Merkez           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 32    |
|                |                  | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 79    |
| <b>Bilecik</b> | Merkez           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 147   |
|                | Bozüyük          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 107   |
|                |                  | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 8     |
|                | Gölpazarı        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 2     |
| <b>Bingöl</b>  | Osmaneli         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 80    |
|                | Merkez           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 113   |
|                | Genç             | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 3     |
|                |                  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 42    |
| <b>Bitlis</b>  | Ahlat            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 34    |
|                | Merkez           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 4     |
|                | Güroymak         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 19    |
|                | Tatvan           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 275   |
| <b>Bolu</b>    | Merkez           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 345   |
|                |                  | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 78    |
|                |                  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 259   |
|                | Gerede           | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 7     |
|                | Mengen           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 479   |
|                | Yeniçağa         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 261   |
| <b>Burdur</b>  | Bucak            | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 91    |
|                | Merkez           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 83    |
|                | Göhlisar         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 14    |
|                |                  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 72    |
| <b>Bursa</b>   | Gemlik           | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 2     |
|                | Gürsu            | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 33    |
|                |                  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 337   |
|                | İnegöl           | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 133   |
|                | İznik            | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 77    |
|                | Karacabey        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 68    |
|                |                  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 227   |
|                | Mudanya          | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 88    |
|                | Mustafakemalpaşa | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 85    |
|                |                  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 411   |
|                | Nilüfer          | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 95    |
|                | Orhangazi        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 72    |
|                |                  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1.635 |
|                | Osmangazi        | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 225   |
|                |                  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 79    |
|                | Yenişehir        | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 22    |

Turizm ve Destinasyon Araştırmaları VII

|            |              |                                 |     |
|------------|--------------|---------------------------------|-----|
|            | Yıldırım     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 494 |
|            | Ayvacı       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 67  |
|            | Bayramiç     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1   |
|            | Biga         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 167 |
|            | Çan          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 75  |
| Çanakkale  | Merkez       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 231 |
|            |              | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 53  |
|            | Ezine        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 40  |
|            | Gelibolu     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 80  |
|            |              | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 1   |
|            | Gökçeada     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 65  |
|            | Lapseki      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 6   |
|            | Yenice       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 3   |
| Çankırı    | Merkez       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 117 |
|            | Çerkeş       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 2   |
|            | İlgaz        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 35  |
| Çorum      | Alaca        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 3   |
|            | Bayat        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1   |
|            | Merkez       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 298 |
|            |              | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 130 |
|            | İskilip      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 7   |
|            |              | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 1   |
|            | Oğuzlar      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 50  |
|            | Osmancık     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 113 |
| Denizli    | Sungurlu     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 77  |
|            | Acipayam     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 111 |
|            | Babadağ      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 4   |
|            | Buldan       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 95  |
|            | Çal          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 2   |
|            | Çameli       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 27  |
|            | Çardak       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 3   |
|            | Çivril       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 57  |
|            | Güney        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1   |
|            | Kale         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 56  |
|            | Merkezefendi | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 526 |
|            |              | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 386 |
|            | Pamukkale    | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 93  |
|            | Sarayköy     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 7   |
|            | Serinhisar   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 2   |
|            | Tavas        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 23  |
| Diyarbakır | Bağlar       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 245 |
|            | Bismil       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 115 |
|            | Çermik       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 115 |
|            | Çınar        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 44  |
|            | Ergani       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 217 |
|            |              | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 34  |
|            | Hazro        | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 1   |
|            |              | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 876 |
|            | Kayapınar    | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 108 |
|            | Kulp         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 7   |
|            | Silvan       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 166 |
|            |              | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 676 |
| Düzce      | Yenişehir    | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 132 |
|            |              | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 129 |
|            | Akçakoca     | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 31  |

|           |                |                                 |       |
|-----------|----------------|---------------------------------|-------|
|           | Merkez         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 304   |
|           | Kaynaşlı       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 122   |
|           |                | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 37    |
|           | Merkez         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 366   |
|           |                | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 82    |
| Edirne    | Enez           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 37    |
|           | Keşan          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 198   |
|           |                | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 68    |
|           | Uzunköprü      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 37    |
|           |                | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 327   |
| Elazığ    | Merkez         | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 104   |
|           | Karakoçan      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 96    |
|           | Kovancılar     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 25    |
|           |                |                                 |       |
| Erzincan  | Merkez         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 234   |
|           | Aşkale         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 18    |
|           | Aziziye        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 151   |
|           | Çat            | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 112   |
|           | Hınıs          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 15    |
|           |                | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 22    |
|           | Horasan        | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 2     |
|           | İspir          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 20    |
| Erzurum   | Oltu           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 101   |
|           |                | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 237   |
|           | Palandöken     | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 85    |
|           |                | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 110   |
|           | Pasinler       | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 39    |
|           | Şenkaya        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 30    |
|           | Tortum         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 16    |
|           | Uzundere       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 4     |
|           | Yakutiye       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 258   |
|           | Odunpazarı     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 415   |
| Eskişehir | Sivrihisar     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 40    |
|           |                | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 623   |
|           | Tepebaşı       | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 92    |
|           |                |                                 |       |
|           | Araban         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 77    |
|           | İslahiye       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 151   |
|           |                | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 169   |
| Gaziantep | Nizip          | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 46    |
|           | Nurdağı        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 70    |
|           | Oğuzeli        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1     |
|           | Şahinbey       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1.187 |
|           | Şehitkamil     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 373   |
|           | Bulancak       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 67    |
|           | Espiye         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 5     |
|           |                | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 211   |
| Giresun   | Merkez         | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 69    |
|           | Görele         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1     |
|           | Piraziz        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 47    |
|           | Şebinkarahisar | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 22    |
|           | Tirebolu       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 59    |
|           |                | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 93    |
| Gümüşhane | Merkez         | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 16    |
|           | Kelkit         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 2     |
| Hakkari   | Çukurca        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 18    |
|           | Merkez         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 309   |

Turizm ve Destinasyon Araştırmaları VII

|           |                           |                                 |     |
|-----------|---------------------------|---------------------------------|-----|
| Hatay     | Şemdinli                  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 11  |
|           | Yüksekova                 | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 382 |
|           |                           | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri |     |
|           | Altınözü                  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 141 |
|           | Antakya                   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 496 |
|           | Arsuz                     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 435 |
|           |                           | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 84  |
|           | Belen                     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 7   |
|           |                           | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 1   |
|           | Defne                     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 710 |
|           |                           | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 148 |
|           | Dörtöyol                  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 145 |
|           | Erzin                     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 42  |
|           | Hassa                     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 138 |
|           | İskenderun                | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 151 |
|           |                           | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 21  |
|           | Kırıkhan                  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 97  |
|           | Kumlu                     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 8   |
|           | Payas                     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 108 |
|           | Reyhanlı                  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 131 |
| Samandağ  | Yiyecek İçecek Hizmetleri | 169                             |     |
| Yayladağı | Yiyecek İçecek Hizmetleri | 4                               |     |
| İğdır     | Merkez                    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 331 |
|           |                           | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 197 |
| Isparta   | Atabey                    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 56  |
|           | Eğirdir                   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 238 |
|           |                           | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 45  |
|           | Gelendost                 | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 3   |
|           | Merkez                    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 276 |
|           | Keçiborlu                 | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 71  |
|           | Şarkıkaraağaç             | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 104 |
|           | Yalvaç                    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 176 |
|           |                           | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 85  |
| İstanbul  | Adalar                    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 49  |
|           |                           | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 20  |
|           | Arnavutköy                | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 324 |
|           | Ataşehir                  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 314 |
|           |                           | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 67  |
|           | Bağcılar                  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 224 |
|           | Bahçelievler              | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 614 |
|           | Bakırköy                  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 165 |
|           | Başakşehir                | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 40  |
|           | Bayrampaşa                | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 339 |
|           |                           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 455 |
|           | Beşiktaş                  | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 260 |
|           |                           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 196 |
|           | Beykoz                    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 368 |
|           |                           | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 119 |
|           | Beylikdüzü                | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 519 |
|           |                           | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 440 |
|           | Beyoğlu                   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 387 |
|           |                           | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 86  |
|           | Büyükçekmece              | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 94  |
|           | Çatalca                   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 134 |
|           | Çekmeköy                  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 49  |
|           | Esenler                   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 49  |

|       |               |                                 |     |
|-------|---------------|---------------------------------|-----|
| İzmir | Esenyurt      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 419 |
|       | Fatih         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 348 |
|       | Gaziosmanpaşa | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 307 |
|       | Güngören      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 6   |
|       | Kadıköy       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 529 |
|       |               | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 220 |
|       | Kağıthane     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 175 |
|       |               | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 213 |
|       | Kartal        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 763 |
|       |               | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 789 |
|       | Küçükçekmece  | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 273 |
|       | Maltepe       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 404 |
|       | Pendik        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 283 |
|       | Sancaktepe    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 799 |
|       |               | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 383 |
|       | Sarıyer       | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 87  |
|       |               | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 176 |
|       | Silivri       | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 66  |
|       | Sultanbeyli   | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 127 |
|       |               | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 789 |
|       | Sultangazi    | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 342 |
|       |               | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 94  |
|       | Şile          | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 39  |
|       |               | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 441 |
|       | Şişli         | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 273 |
|       |               | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 450 |
|       | Tuzla         | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 202 |
|       |               | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 372 |
|       | Ümraniye      | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 146 |
|       | Üsküdar       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 533 |
|       |               | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 336 |
|       | Zeytinburnu   | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 160 |
|       | Aliağa        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 106 |
|       | Bayındır      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 28  |
|       | Bayraklı      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 214 |
|       |               | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 303 |
|       | Bergama       | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 103 |
|       | Beydağ        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 14  |
|       | Bornova       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 297 |
|       | Buca          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 116 |
|       |               | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 303 |
|       | Çeşme         | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 46  |
|       | Çiğli         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 233 |
|       |               | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 105 |
|       | Dikili        | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 58  |
|       |               | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 99  |
|       | Foça          | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 46  |
|       | Gaziemir      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 341 |
|       | Güzelbahçe    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 3   |
|       | Karabağlar    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 374 |
|       | Karaburun     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 50  |
|       |               | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 145 |
|       | Karşıyaka     | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 137 |
|       | Kemalpaşa     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 173 |
|       | Kiraz         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 18  |

|                      |              |                                 |       |
|----------------------|--------------|---------------------------------|-------|
|                      | Konak        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1.135 |
|                      |              | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 284   |
|                      | Menderes     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 144   |
|                      |              | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 32    |
|                      | Menemen      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 258   |
|                      | Ödemiş       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 352   |
|                      | Seferihisar  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 161   |
|                      | Selçuk       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 150   |
|                      |              | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 64    |
|                      | Tire         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 178   |
|                      | Torbalı      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 306   |
|                      | Urla         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 152   |
|                      |              | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 8     |
| <b>Kahramanmaraş</b> | Afşin        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 77    |
|                      | Dulkadiroğlu | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 235   |
|                      | Elbistan     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 25    |
|                      | Göksun       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 8     |
|                      | Nurhak       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 410   |
|                      | Pazarcık     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 10    |
|                      | Türkoğlu     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 32    |
|                      | Merkez       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 89    |
| <b>Karabük</b>       | Safranbolu   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 92    |
|                      |              | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 45    |
|                      | Yenice       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 50    |
| <b>Karaman</b>       | Ermenek      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 6     |
|                      |              | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 34    |
|                      | Merkez       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 273   |
|                      |              | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 34    |
|                      | Sarıveliler  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 81    |
| <b>Kars</b>          | Merkez       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 73    |
|                      |              | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 133   |
|                      | Sarıkamış    | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 33    |
| <b>Kastamonu</b>     | Ağlı         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 31    |
|                      | Araç         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 29    |
|                      | Cide         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 96    |
|                      |              | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 49    |
|                      | Çatalzeytin  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 36    |
|                      |              | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 2     |
|                      | Daday        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 32    |
|                      | Devrekani    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 53    |
|                      | Doğanyurt    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 14    |
|                      | Hanönü       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 18    |
|                      | İhsangazi    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 6     |
|                      |              | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 119   |
|                      | İnebolu      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 8     |
|                      |              | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 8     |
|                      | Merkez       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 113   |
|                      |              | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 137   |
|                      | Küre         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 26    |
|                      |              | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 2     |
|                      | Pınarbaşı    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 14    |
|                      | Seydiler     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 4     |
| <b>Kayseri</b>       | Şenpazar     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 10    |
|                      | Taşköprü     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 84    |
|                      | Tosya        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1     |
|                      | Bünyan       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 11    |
|                      |              | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 11    |

|                   |            |                                 |     |
|-------------------|------------|---------------------------------|-----|
|                   | Develi     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 205 |
|                   |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 54  |
|                   | Kocasinan  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 782 |
|                   | Melikgazi  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 326 |
|                   | Pınarbaşı  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 9   |
|                   | Sarıoğlan  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 50  |
|                   | Talas      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 123 |
|                   | Tomarza    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 3   |
|                   | Yahyalı    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 56  |
|                   | Yeşilhisar | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 2   |
| <b>Kilis</b>      | Merkez     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 503 |
|                   |            | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 197 |
| <b>Kırıkkale</b>  | Merkez     | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 22  |
|                   | Yahşihan   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 24  |
|                   |            | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 58  |
| <b>Kırklareli</b> | Babaeski   | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 1   |
|                   | Merkez     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 115 |
|                   |            | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 103 |
|                   | Lüleburgaz | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 59  |
|                   | Kaman      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 64  |
| <b>Kırşehir</b>   | Merkez     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 240 |
|                   |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 20  |
| <b>Kocaeli</b>    | Başıskele  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1   |
|                   | Çayırova   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 125 |
|                   | Derince    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 2   |
|                   | Gebze      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 288 |
|                   | Gölcük     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 88  |
|                   | İzmit      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 275 |
|                   | Kandıra    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 114 |
|                   | Karamürsel | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 78  |
|                   |            | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 224 |
|                   | Kartepe    | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 85  |
|                   | Körfez     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 167 |
| <b>Konya</b>      | Akören     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1   |
|                   | Akşehir    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 101 |
|                   | Altınekin  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1   |
|                   | Beyşehir   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 42  |
|                   | Bozkır     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 3   |
|                   | Cihanbeyli | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 50  |
|                   | Çumra      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 71  |
|                   |            | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 171 |
|                   | Ereğli     | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 31  |
|                   | Hüyük      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 3   |
|                   |            | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 131 |
|                   | İlgın      | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 75  |
|                   | Kadınhanı  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 31  |
|                   | Karapınar  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 100 |
|                   |            | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 382 |
|                   | Karatay    | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 79  |
|                   | Kulu       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 7   |
|                   | Meram      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 340 |
|                   | Sarayönü   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 7   |
|                   | Selçuklu   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 216 |
|                   | Seydişehir | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 57  |
|                   | Yunak      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 2   |

Turizm ve Destinasyon Araştırmaları VII

|                |            |                                 |     |
|----------------|------------|---------------------------------|-----|
| <b>Kütahya</b> | Emet       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 16  |
|                |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 1   |
|                | Gediz      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 53  |
|                | Merkez     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 560 |
|                | Simav      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 52  |
| <b>Malatya</b> | Tavşanlı   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 105 |
|                | Battalgazi | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 200 |
|                |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 50  |
|                | Darende    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 2   |
|                | Doğuşehir  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 13  |
| <b>Manisa</b>  | Yeşilyurt  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 67  |
|                | Ahmetli    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 9   |
|                | Akhisar    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 221 |
|                | Alaşehir   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 163 |
|                | Demirci    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 89  |
|                | Gördes     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 112 |
|                | Kırkağaç   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 2   |
|                | Kula       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 170 |
|                |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 67  |
|                | Salihli    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 233 |
|                |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 84  |
|                | Sarıgöl    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 10  |
|                | Saruhanlı  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 8   |
|                | Selendi    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 3   |
|                | Soma       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 130 |
| <b>Mardin</b>  | Şehzadeler | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 185 |
|                | Turgutlu   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 214 |
|                | Yunusemre  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 511 |
|                |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 231 |
|                | Artuklu    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 421 |
|                |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 49  |
|                | Derik      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 16  |
|                | Kızıltepe  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 122 |
|                | Midyat     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 21  |
|                | Nusaybin   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 5   |
| <b>Mersin</b>  | Yeşilli    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 4   |
|                | Akdeniz    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 362 |
|                | Anamur     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 78  |
|                |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 45  |
|                | Bozyazı    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 21  |
|                | Erdemli    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 274 |
|                |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 92  |
|                | Gülнар     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1   |
|                | Mezitli    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1   |
|                | Mut        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 22  |
|                | Silifke    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 297 |
|                |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 34  |
|                | Tarsus     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 470 |
|                |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 136 |
|                | Toroslar   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 142 |
| <b>Muğla</b>   | Yenişehir  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 580 |
|                |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 150 |
|                | Bodrum     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 370 |
|                |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 190 |
|                | Dalaman    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 127 |

|          |            |                                 |     |
|----------|------------|---------------------------------|-----|
|          | Datça      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 151 |
|          |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 1   |
|          | Fethiye    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 578 |
|          |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 159 |
|          | Köyceğiz   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 196 |
|          |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 23  |
|          | Marmaris   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 145 |
|          |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 172 |
|          | Menteşe    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 253 |
|          |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 67  |
| Muş      | Milas      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 216 |
|          | Ortaca     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 270 |
|          |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 26  |
|          | Yatağan    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 14  |
|          | Malazgirt  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 96  |
|          | Merkez     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 385 |
|          |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 150 |
| Nevşehir | Acıgöl     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 4   |
|          | Avanos     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 35  |
|          | Derinkuyu  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 2   |
|          | Gülşehir   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1   |
|          | Hacıbektaş | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 5   |
|          | Kozaklı    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1   |
|          |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 16  |
|          | Merkez     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 253 |
|          |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 86  |
|          | Ürgüp      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 71  |
| Niğde    |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 20  |
|          | Bor        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 14  |
|          | Çiftlik    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 4   |
|          | Merkez     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 311 |
|          |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 87  |
| Ordu     | Akkuş      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 53  |
|          | Altınordu  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 212 |
|          | Aybastı    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 55  |
|          | Çamaş      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 23  |
|          |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 1   |
|          | Çatalpınar | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 16  |
|          | Çaybaşı    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 2   |
|          | Fatsa      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 249 |
|          | Gölköy     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 8   |
|          | Gürgentepe | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 47  |
|          |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 1   |
|          | İkizce     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 28  |
|          |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 2   |
|          | Kabadüz    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 57  |
|          | Kabataş    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 20  |
|          | Korgan     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 28  |
|          | Kumru      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 37  |
|          | Mesudiye   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 4   |
|          | Perşembe   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 258 |
|          |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 81  |
|          | Ulubey     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1   |
|          | Ünye       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 290 |
|          |            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 97  |

Turizm ve Destinasyon Araştırmaları VII

|                                 |                                 |                                 |                           |     |
|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------|-----|
| Osmaniye                        | Bahçe                           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 9                         |     |
|                                 | Düziçi                          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 135                       |     |
|                                 | Kadirli                         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 299                       |     |
|                                 |                                 | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 200                       |     |
| Rize                            | Merkez                          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 255                       |     |
|                                 | Ardeşen                         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 201                       |     |
|                                 |                                 | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 78                        |     |
|                                 | Çamlıhemşin                     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 64                        |     |
|                                 | Çayeli                          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 36                        |     |
|                                 | İkizdere                        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 24                        |     |
|                                 | İyidere                         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 59                        |     |
|                                 | Pazar                           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 30                        |     |
| Sakarya                         | Merkez                          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 203                       |     |
|                                 | Adapazarı                       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 524                       |     |
|                                 |                                 | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 145                       |     |
|                                 | Akyazı                          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 128                       |     |
|                                 | Arifiye                         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 3                         |     |
|                                 | Erenler                         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 32                        |     |
|                                 | Geyve                           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 19                        |     |
|                                 | Hendek                          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 90                        |     |
|                                 | Karasu                          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 99                        |     |
|                                 | Pamukova                        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 5                         |     |
|                                 | Sapanca                         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 94                        |     |
|                                 | Serdivan                        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 234                       |     |
|                                 | Taraklı                         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 57                        |     |
|                                 | Samsun                          | Alaçam                          | Yiyecek İçecek Hizmetleri | 47  |
|                                 |                                 | Asarcık                         | Yiyecek İçecek Hizmetleri | 1   |
| Atakum                          |                                 | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 152                       |     |
|                                 |                                 | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 47                        |     |
| Ayvıcık                         |                                 | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 12                        |     |
| Bafra                           |                                 | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 258                       |     |
| Çarşamba                        |                                 | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 166                       |     |
| Havza                           |                                 | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 119                       |     |
|                                 |                                 | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 41                        |     |
| İlkadım                         |                                 | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 309                       |     |
| Kavak                           |                                 | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 9                         |     |
| Ladik                           |                                 | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 2                         |     |
| Salıpazarı                      |                                 | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 40                        |     |
| Terme                           |                                 | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 116                       |     |
|                                 |                                 | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 6                         |     |
|                                 | Vezirköprü                      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 177                       |     |
|                                 |                                 | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 6                         |     |
| Siirt                           | Merkez                          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 301                       |     |
|                                 |                                 | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 64                        |     |
|                                 | Şirvan                          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 50                        |     |
| Sinop                           | Ayancık                         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 27                        |     |
|                                 | Boyabat                         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 55                        |     |
|                                 | Erfelek                         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 8                         |     |
|                                 | Gerze                           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 88                        |     |
|                                 | Merkez                          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 132                       |     |
| Konaklama ve Seyahat Hizmetleri |                                 | 54                              |                           |     |
| Sivas                           |                                 | Merkez                          | Yiyecek İçecek Hizmetleri | 341 |
|                                 | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri |                                 | 84                        |     |
|                                 | Şarkışla                        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 63                        |     |
| Şanlıurfa                       | Birecik                         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 123                       |     |

|          |                 |                                 |     |
|----------|-----------------|---------------------------------|-----|
|          | Bozova          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 11  |
|          | Ceylanpınar     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 111 |
|          | Eyyübiye        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 180 |
|          | Halfeti         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 88  |
|          | Haliliye        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 171 |
|          | Harran          | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 133 |
|          | Hilvan          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 19  |
|          | Karaköprü       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 308 |
|          |                 | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 161 |
|          | Siverek         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 631 |
|          | Suruç           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 2   |
|          | Viranşehir      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 109 |
| Şırnak   |                 | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 60  |
|          | Cizre           | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 37  |
|          | İdil            | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 4   |
|          | Silopi          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 85  |
|          |                 | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 173 |
|          | Merkez          | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 46  |
| Tekirdağ | Çerkezköy       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 174 |
|          | Ergene          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 9   |
|          | Hayrabolu       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 6   |
|          | Kapaklı         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 79  |
|          | Malkara         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 6   |
|          | Marmaraereğlisi | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 7   |
|          | Muratlı         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 72  |
|          | Saray           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 3   |
|          |                 | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 344 |
|          | Süleymanpaşa    | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 73  |
|          |                 | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 153 |
|          | Şarköy          | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 92  |
| Tokat    | Erbaa           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 50  |
|          | Niksar          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 38  |
|          | Pazar           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1   |
|          |                 | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 9   |
|          | Reşadiye        | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 8   |
|          | Merkez          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 327 |
|          | Turhal          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 76  |
|          | Yeşilyurt       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1   |
|          |                 | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 26  |
|          | Zile            | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 1   |
| Trabzon  |                 | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 250 |
|          | Akçaabat        | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 102 |
|          | Arsin           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 34  |
|          | Beşikdüzü       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 21  |
|          | Çarşıbaşı       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 2   |
|          | Dernekpazarı    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 2   |
|          |                 | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 9   |
|          | Of              | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 3   |
|          | Ortahisar       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 192 |
|          | Sürmene         | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 41  |
|          | Tonya           | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 56  |
|          |                 | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 156 |
|          | Vakfikebir      | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 74  |
| Tunceli  | Merkez          | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 92  |

|                  |             |                                 |     |
|------------------|-------------|---------------------------------|-----|
|                  |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 36  |
|                  | Banaz       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 31  |
|                  | Eşme        | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 33  |
|                  |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 9   |
| <b>Uşak</b>      | Sivaslı     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 3   |
|                  | Ulubey      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 5   |
|                  | Merkez      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 357 |
|                  |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 83  |
|                  | Başkale     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 10  |
|                  | Çaldıran    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 443 |
|                  | Çatak       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 2   |
|                  | Edremit     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 252 |
|                  |             | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 83  |
|                  | Erciş       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 137 |
| <b>Van</b>       | Gevaş       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 32  |
|                  | Gürpınar    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 3   |
|                  | İpekyolu    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 389 |
|                  | Muradiye    | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 36  |
|                  | Özalp       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 141 |
|                  | Saray       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 14  |
|                  | Tuşba       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 276 |
|                  |             | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 27  |
|                  | Çiftlikköy  | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 8   |
| <b>Yalova</b>    |             | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 238 |
|                  | Merkez      | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 96  |
|                  | Akdağmadeni | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 22  |
|                  | Boğazlıyan  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1   |
|                  | Çandır      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 4   |
|                  | Çayıralan   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 6   |
|                  | Çekerek     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 4   |
|                  | Kadıışehri  | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 1   |
|                  | Saraykent   | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 6   |
| <b>Yozgat</b>    |             | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 37  |
|                  | Sarıkaya    | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 1   |
|                  | Sorgun      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 108 |
|                  | Şefaati     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 5   |
|                  | Yerköy      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 42  |
|                  |             | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 129 |
|                  | Merkez      | Konaklama ve Seyahat Hizmetleri | 25  |
|                  | Alaplı      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 75  |
|                  | Çaycuma     | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 8   |
| <b>Zonguldak</b> | Devrek      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 132 |
|                  | Ereğli      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 475 |
|                  | Kozlu       | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 116 |
|                  | Merkez      | Yiyecek İçecek Hizmetleri       | 167 |

### 3.2. Ön Lisans Düzeyinde Turizm Eğitiminin Durumu

Türkiye’de ön lisans düzeyinde turizm eğitimi ilgili web sitelerinden elde edilen verilere göre, Aşçılık, İkram Hizmetleri, Kültürel Miras ve Turizm, Pastacılık ve Ekmekçilik, Sağlık Turizmi İşletmeciliği, Turist Rehberliği, Turizm Animasyonu,

Turizm ve Otel İşletmeciliği, Turizm ve Seyahat Hizmetleri programları adı altında verilmektedir. Detaylı bilgiler Tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo 2. Ön Lisans Düzeyinde Turizm Eğitiminin Durumu**

| Üniversitenin Adı               | İl       | İlçe         | Fakülte/ YO                                    | Program                           | Öğrenci Sayısı |
|---------------------------------|----------|--------------|------------------------------------------------|-----------------------------------|----------------|
| Adıyaman Üniversitesi           | Adıyaman | Merkez       | Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu             | Aşçılık                           | 52             |
|                                 |          |              |                                                | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 52             |
|                                 |          | Kahta        | Kahta Meslek Yüksekokulu                       | Turizm ve Seyahat Hizmetleri      | 21             |
| Afyon Kocatepe Üniversitesi     | Afyon    | Merkez       | Afyon Meslek Yüksekokulu                       | Aşçılık                           | 62             |
|                                 |          |              |                                                | Aşçılık (İÖ)                      | 57             |
|                                 |          |              |                                                | Turizm Ve Otel İşletmeciliği      | 62             |
|                                 |          | Emirdağ      | Emirdağ Meslek Yüksekokulu                     | Aşçılık                           | 41             |
|                                 |          |              |                                                | Aşçılık (İÖ)                      | 41             |
|                                 |          | Sandıklı     | Sandıklı Meslek Yüksekokulu                    | Sağlık Turizmi İşletmeciliği      | 31             |
| Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi | Ağrı     | Doğu Bayazıt | Doğu Bayazıt Ahmet-i Hani Meslek Yüksekokulu   | Aşçılık                           | 52             |
|                                 |          |              |                                                |                                   |                |
| Akdeniz Üniversitesi            | Antalya  | Manavgat     | Manavgat Meslek Yüksekokulu                    | Aşçılık                           | 62             |
|                                 |          |              |                                                | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 82             |
|                                 |          |              |                                                | Turizm ve Otel İşletmeciliği (İÖ) | 72             |
|                                 |          |              |                                                | Turizm ve Seyahat Hizmetleri      | 62             |
|                                 |          | Göynük       | Göynük Mutfak Sanatları Meslek Yüksekokulu     | Aşçılık                           | 72             |
|                                 |          |              |                                                | İkram Hizmetleri                  | 47             |
|                                 |          |              |                                                | Pastacılık ve Ekmekçilik          | 31             |
|                                 |          | Muratpaşa    | Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu             | Turizm ve Seyahat Hizmetleri      | 80             |
|                                 |          |              |                                                | Turizm ve Seyahat Hizmetleri (İÖ) | 80             |
|                                 |          |              |                                                | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 80             |
|                                 |          |              |                                                | Turizm ve Otel İşletmeciliği (İÖ) | 80             |
|                                 |          |              |                                                | Turizm ve Otel İşletmeciliği (UÖ) | 73             |
|                                 |          |              |                                                |                                   |                |
|                                 |          | Finike       | Finike Meslek Yüksekokulu                      | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 62             |
|                                 |          | Serik        | Serik Gülsün-Süleyman Süral Meslek Yüksekokulu | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 67             |
|                                 |          |              |                                                |                                   |                |
|                                 |          | Demre        | Demre Dr. Hasan                                | Turist Rehberliği                 | 62             |

Turizm ve Destinasyon Araştırmaları VII

|                                                      |           |             |                                                                   |                                      |      |
|------------------------------------------------------|-----------|-------------|-------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|------|
|                                                      |           |             |                                                                   | Ünal Meslek<br>Yüksekokulu           |      |
| <b>Aksaray<br/>Üniversitesi</b>                      | Aksaray   | Güzelyurt   | Güzelyurt Meslek<br>Yüksekokulu                                   | Aşçılık                              | 62   |
|                                                      |           |             |                                                                   | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği      | 21   |
|                                                      |           | Merkez      | Aksaray Sosyal<br>Bilimler Meslek<br>Yüksekokulu                  | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği      | 31   |
| <b>Alanya Alaattin<br/>Keykubat<br/>Üniversitesi</b> | Antalya   | Gazipaşa    | Gazipaşa Mustafa<br>Rahmi Büyükballi<br>Meslek<br>Yüksekokulu     | Aşçılık                              | 26   |
|                                                      |           |             |                                                                   | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği      | 62   |
|                                                      |           | Alanya      | Alanya Ticaret ve<br>Sanayi Odası<br>Turizm Meslek<br>Yüksekokulu | Aşçılık                              | 57   |
|                                                      |           |             |                                                                   | Turizm Animasyonu                    | 57   |
|                                                      |           |             |                                                                   | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği      | 103  |
| <b>Amasya<br/>Üniversitesi</b>                       | Amasya    | Merkez      | Amasya Sosyal<br>Bilimler Meslek<br>Yüksekokulu                   | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği (İÖ) | 93   |
|                                                      |           |             |                                                                   | Aşçılık                              | 52   |
|                                                      |           |             |                                                                   | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği      | 31   |
| <b>Anadolu<br/>Üniversitesi</b>                      | Eskişehir | Tepebaşı    | Eskişehir Meslek<br>Yüksekokulu                                   | Aşçılık                              | 72   |
|                                                      |           |             |                                                                   | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği      | 62   |
|                                                      |           |             | Açıköğretim<br>Fakültesi                                          | Aşçılık                              | 1538 |
|                                                      |           |             |                                                                   | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği      | 410  |
|                                                      |           |             |                                                                   | Kültürel Miras ve<br>Turizm          | 308  |
| <b>Ankara<br/>Üniversitesi</b>                       | Ankara    | Beypazarı   | Beypazarı Meslek<br>Yüksekokulu                                   | Aşçılık                              | 57   |
|                                                      |           |             |                                                                   | Turizm ve Seyahat<br>Hizmetleri      | 62   |
|                                                      |           |             |                                                                   | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği      | 77   |
|                                                      |           | Yenimahalle | Açık ve Uzaktan<br>Eğitim Fakültesi                               | Turist Rehberliği                    | 67   |
|                                                      |           |             |                                                                   | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği (UÖ) | 72   |
| <b>Ardahan<br/>Üniversitesi</b>                      | Ardahan   | Merkez      | Ardahan Teknik<br>Bilimler Meslek<br>Yüksekokulu                  | Aşçılık                              | 36   |
| <b>Artvin Çoruh<br/>Üniversitesi</b>                 | Artvin    | Merkez      | Artvin Meslek<br>Yüksekokulu                                      | Aşçılık                              | 41   |
|                                                      |           | Arhavi      | Arhavi Meslek<br>Yüksekokulu                                      | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği      | 26   |
| <b>Atatürk<br/>Üniversitesi</b>                      | Erzurum   | Merkez      | Sosyal Bilimler<br>Meslek<br>Yüksekokulu                          | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği      | 57   |
|                                                      |           |             |                                                                   | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği (İÖ) | 52   |
|                                                      |           |             |                                                                   | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği (İÖ) | 308  |
|                                                      |           | Palandöken  | Açıktan ve Uzaktan<br>Öğretim Fakültesi                           | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği (AÖ) |      |
| <b>Aydın Adnan<br/>Menderes<br/>Üniversitesi</b>     | Aydın     | Didim       | Didim Meslek<br>Yüksekokulu                                       | Aşçılık                              | 72   |
|                                                      |           |             |                                                                   | Aşçılık (İÖ)                         | 72   |
|                                                      |           |             |                                                                   | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği      | 62   |
|                                                      |           |             |                                                                   | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği (İÖ) | 41   |
|                                                      |           |             |                                                                   | Turizm ve Seyahat<br>Hizmetleri      | 72   |
|                                                      |           |             |                                                                   | Turizm ve Seyahat                    | 41   |
|                                                      |           |             |                                                                   |                                      |      |

|                                       |                                    |                                     |                                                     | Hizmetleri (İÖ)                   |                                             |                              |                           |
|---------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------------|------------------------------|---------------------------|
|                                       |                                    |                                     |                                                     | Aşçılık                           | 62                                          |                              |                           |
| Balıkesir Üniversitesi                | Kuşadası                           | Davutlar Meslek Yüksekokulu         |                                                     | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 57                                          |                              |                           |
|                                       |                                    |                                     |                                                     | İkram Hizmetleri                  | 36                                          |                              |                           |
|                                       |                                    |                                     |                                                     | Karacasu                          | Karacasu Memnune İnci Meslek Yüksekokulu    | Turizm ve Otel İşletmeciliği | 41                        |
|                                       | Burhaniye                          | Burhaniye Meslek Meslek Yüksekokulu |                                                     | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 41                                          |                              |                           |
|                                       |                                    |                                     |                                                     | Sındırgı                          | Sındırgı Meslek Yüksekokulu                 | Turizm ve Otel İşletmeciliği | 41                        |
|                                       |                                    |                                     |                                                     | Ayvalık                           | Ayvalık Meslek Yüksekokulu                  | Turizm ve Otel İşletmeciliği | 52                        |
|                                       | Merkez                             | Balıkesir Meslek Yüksekokulu        |                                                     | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 62                                          |                              |                           |
|                                       |                                    |                                     |                                                     | Turizm ve Otel İşletmeciliği (İÖ) | 41                                          |                              |                           |
|                                       |                                    |                                     |                                                     | Gönen                             | Gönen Meslek Yüksekokulu                    | Turizm ve Otel İşletmeciliği | 41                        |
|                                       | Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi | Balıkesir                           | Erdek                                               | Erdek Meslek Yüksekokulu          | Turizm ve Otel İşletmeciliği                | 52                           |                           |
| Sağlık Turizm İşletmeciliği           |                                    |                                     |                                                     |                                   | 52                                          |                              |                           |
| Bartın Üniversitesi                   |                                    |                                     |                                                     |                                   | Bartın                                      | Merkez                       | Bartın Meslek Yüksekokulu |
|                                       |                                    |                                     |                                                     | Turizm ve Seyahat Hizmetleri      | 31                                          |                              |                           |
| Batman Üniversitesi                   | Batman                             | Hasankeyf                           | Hasankeyf Meslek Yüksekokulu                        | Aşçılık                           | 41                                          |                              |                           |
| Bayburt Üniversitesi                  | Bayburt                            | Merkez                              | Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu                  | Aşçılık                           | 52                                          |                              |                           |
| Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi     | Bilecik                            | Osmaneli                            | Osmaneli Meslek Yüksekokulu                         | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 31                                          |                              |                           |
|                                       |                                    |                                     |                                                     | Aşçılık                           | 52                                          |                              |                           |
|                                       |                                    | Söğüt                               | Söğüt Meslek Yüksekokulu                            | Aşçılık                           | 47                                          |                              |                           |
| Bingöl Üniversitesi                   | Bingöl                             | Merkez                              | Bingöl Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu           | Aşçılık                           | 52                                          |                              |                           |
|                                       |                                    |                                     |                                                     | Aşçılık (İÖ)                      | 41                                          |                              |                           |
|                                       |                                    |                                     |                                                     | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 21                                          |                              |                           |
|                                       |                                    |                                     |                                                     | Turist Rehberliği                 | 21                                          |                              |                           |
| Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi  | Bolu                               | Mengen                              | Mengen Meslek Yüksekokulu                           | Aşçılık                           | 82                                          |                              |                           |
|                                       |                                    |                                     |                                                     | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 72                                          |                              |                           |
|                                       |                                    | Merkez                              | Bolu Meslek Yüksekokulu                             | Turizm ve Otel İşletmeciliği (İÖ) | 47                                          |                              |                           |
|                                       |                                    |                                     |                                                     | Mudurnu                           | Mudurnu Süreyya Astarıcı Meslek Yüksekokulu | Turizm ve Otel İşletmeciliği | 26                        |
| Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi | Burdur                             | Merkez                              | Burdur Gıda Tarım Ve Hayvancılık Meslek Yüksekokulu | Aşçılık                           | 52                                          |                              |                           |
|                                       |                                    |                                     |                                                     | Yeşilova                          | Yeşilova İsmail Akın Meslek                 | Aşçılık                      | 41                        |
|                                       |                                    |                                     |                                                     |                                   |                                             | Turizm ve Otel İşletmeciliği | 26                        |

Turizm ve Destinasyon Araştırmaları VII

|                                |                                       |                              |                                               |                                     |                          |                   |                            |
|--------------------------------|---------------------------------------|------------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|-------------------|----------------------------|
| Bursa Uludağ Üniversitesi      | Bursa                                 | Harmancık                    | Harmancık Meslek Yüksekokulu                  | Yüksekokulu                         | Turist Rehberliği        | 36                |                            |
|                                |                                       |                              |                                               | Aşçılık                             | 62                       |                   |                            |
|                                |                                       |                              |                                               | Turizm ve Seyahat Hizmetleri        | 36                       |                   |                            |
|                                |                                       |                              |                                               | Turizm ve Otel İşletmeciliği        | 31                       |                   |                            |
|                                |                                       |                              |                                               | Turizm ve Otel İşletmeciliği        | 62                       |                   |                            |
|                                |                                       | Osmangazi                    | Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu            | Turizm ve Otel İşletmeciliği (İÖ)   | 52                       |                   |                            |
|                                |                                       |                              |                                               | Turizm ve Seyahat Hizmetleri        | 62                       |                   |                            |
|                                |                                       |                              |                                               | Turizm ve Seyahat Hizmetleri (İÖ)   | 52                       |                   |                            |
|                                |                                       |                              |                                               | İznik                               | İznik Meslek Yüksekokulu | Turist Rehberliği | 52                         |
|                                |                                       |                              |                                               | Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi | Çanakkale                | Ayvacık           | Ayvacık Meslek Yüksekokulu |
| Turist Rehberliği (İÖ)         | 48                                    |                              |                                               |                                     |                          |                   |                            |
| Turizm ve Otel İşletmeciliği   | 55                                    |                              |                                               |                                     |                          |                   |                            |
| Gökçeada                       | Gökçeada Meslek Yüksekokulu           | Turizm ve Otel İşletmeciliği | 36                                            |                                     |                          |                   |                            |
| Gelibolu                       | Gelibolu Piri Reis Meslek Yüksekokulu | Turizm ve Otel İşletmeciliği | 52                                            |                                     |                          |                   |                            |
|                                |                                       | Turizm ve Seyahat Hizmetleri | 52                                            |                                     |                          |                   |                            |
| Ezine                          | Ezine Meslek Yüksekokulu              | Turizm ve Seyahat Hizmetleri | 41                                            |                                     |                          |                   |                            |
| Çankırı Karatekin Üniversitesi | Çankırı                               | Merkez                       | Meslek Yüksekokulu                            | Turizm ve Otel İşletmeciliği        | 26                       |                   |                            |
| Çukurova Üniversitesi          | Adana                                 | Yumurtalık                   | Yumurtalık Merkez Yüksekokulu                 | Turizm ve Otel İşletmeciliği        | 47                       |                   |                            |
|                                |                                       | Pozantı                      | Pozantı Meslek Yüksekokulu                    | Turizm ve Otel İşletmeciliği        | 26                       |                   |                            |
|                                |                                       | Çukurova                     | Adana Meslek Yüksekokulu                      | Turizm ve Seyahat Hizmetleri        | 62                       |                   |                            |
| Dicle Üniversitesi             | Diyarbakır                            | Sur                          | Diyarbakır Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu | Turizm Animasyonu                   | 41                       |                   |                            |
|                                |                                       |                              |                                               | Turizm ve Otel İşletmeciliği        | 52                       |                   |                            |
|                                |                                       |                              |                                               | Aşçılık                             | 52                       |                   |                            |
| Dokuz Eylül Üniversitesi       | İzmir                                 | Efes                         | Efes Meslek Yüksekokulu                       | Kültürel Miras ve Turizm            | 62                       |                   |                            |
|                                |                                       |                              |                                               | Turizm ve Otel İşletmeciliği        | 93                       |                   |                            |
|                                |                                       |                              |                                               | Turizm ve Otel İşletmeciliği        | 88                       |                   |                            |
|                                |                                       | Buca                         | İzmir Meslek Yüksekokulu                      | Turizm ve Otel İşletmeciliği (İÖ)   | 88                       |                   |                            |
|                                |                                       |                              |                                               |                                     |                          |                   |                            |
| Düzce Üniversitesi             | Düzce                                 | Gölyaka                      | Gölyaka Meslek Yüksekokulu                    | Aşçılık                             | 41                       |                   |                            |
|                                |                                       | Akçakoca                     | Akçakoca Meslek Yüksekokulu                   | Turizm ve Otel İşletmeciliği        | 21                       |                   |                            |
|                                |                                       |                              |                                               | Turizm ve Otel İşletmeciliği        | 62                       |                   |                            |
| Ege Üniversitesi               | İzmir                                 | Bergama                      | Bergama Meslek Yüksekokulu                    | Turizm Animasyonu                   | 41                       |                   |                            |
|                                |                                       |                              |                                               | Turizm ve Otel İşletmeciliği        | 47                       |                   |                            |
| Erzincan Binali Yıldırım       | Erzincan                              | Merkez                       | Turizm ve Otelcilik Meslek                    | Aşçılık                             | 62                       |                   |                            |
|                                |                                       |                              |                                               | Turist Rehberliği                   | 25                       |                   |                            |

|                                                 |           |          |                                                |                              |    |
|-------------------------------------------------|-----------|----------|------------------------------------------------|------------------------------|----|
| <b>Üniversitesi</b>                             |           |          | Yüksekokulu                                    | Turizm ve Otel İşletmeciliği | 31 |
| <b>Fırat Üniversitesi</b>                       | Elazığ    | Merkez   | Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu             | Aşçılık                      | 41 |
|                                                 |           |          | Yüksekokulu                                    | Turizm ve Otel İşletmeciliği | 52 |
|                                                 |           |          | Sivrice Meslek Yüksekokulu                     | Turizm ve Otel İşletmeciliği | 31 |
|                                                 |           |          |                                                | Aşçılık                      | 72 |
| <b>Gaziantep Üniversitesi</b>                   | Gaziantep | Şahinbey | Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu         | İkram Hizmetleri             | 41 |
|                                                 |           |          |                                                | Turizm ve Otel İşletmeciliği | 72 |
|                                                 |           |          |                                                | Turizm ve Seyahat Hizmetleri | 72 |
|                                                 |           |          |                                                | Aşçılık                      | 41 |
| <b>Giresun Üniversitesi</b>                     | Giresun   | Keşap    | Dereli Meslek Yüksekokulu                      | Turizm ve Otel İşletmeciliği | 35 |
|                                                 |           | Tirebolu | Tirebolu Mehmet Bayrak Meslek Yüksekokulu      | Turizm ve Seyahat Hizmetleri | 26 |
|                                                 |           | Merkez   | Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu             | Turizm ve Seyahat Hizmetleri | 61 |
|                                                 |           |          |                                                | Aşçılık                      | 52 |
| <b>Gümüşhane Üniversitesi</b>                   | Gümüşhane | Şiran    | Şiran Mustafa Beyaz Meslek Yüksekokulu         | Aşçılık                      | 52 |
|                                                 |           | Merkez   | Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu             | Turizm ve Otel İşletmeciliği | 31 |
|                                                 |           |          |                                                |                              |    |
| <b>Hacettepe Üniversitesi</b>                   | Ankara    | Altındağ | Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu             | Turizm ve Otel İşletmeciliği | 98 |
| <b>Hakkari Üniversitesi</b>                     | Hakkari   | Merkez   | Çölemerik Meslek Yüksekokulu                   | Turizm ve Otel İşletmeciliği | 26 |
| <b>Harran Üniversitesi</b>                      | Şanlıurfa | Halfeti  | Halfeti Meslek Yüksekokulu                     | Turist Rehberliği            | 31 |
|                                                 |           |          |                                                | Aşçılık                      | 41 |
|                                                 |           | Merkez   | Şanlıurfa Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu   | Turizm ve Otel İşletmeciliği | 52 |
|                                                 |           |          |                                                | Aşçılık                      | 62 |
|                                                 |           |          | Şanlıurfa Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu | Sağlık Turizmi İşletmeciliği | 41 |
|                                                 |           |          |                                                | Aşçılık                      | 52 |
| <b>Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi</b>         | Hatay     | Antakya  | Antakya Meslek Yüksekokulu                     | Aşçılık (KKTC uyruklu)       | 1  |
|                                                 |           |          |                                                | Turizm ve Otel İşletmeciliği | 47 |
|                                                 |           |          |                                                | Turizm ve Seyahat Hizmetleri | 47 |
|                                                 |           |          |                                                | Aşçılık                      | 41 |
| <b>Hitit Üniversitesi</b>                       | Çorum     | Alaca    | Alaca Avni Çelik Meslek Yüksekokulu            | Aşçılık                      | 41 |
|                                                 |           | Merkez   | Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu             | Turizm Ve Otel İşletmeciliği | 26 |
|                                                 |           |          |                                                |                              |    |
| <b>Iğdır Üniversitesi</b>                       | Iğdır     | Merkez   | Iğdır Meslek Yüksekokulu                       | Aşçılık                      | 52 |
| <b>Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi</b> | Isparta   | Eğirdir  | Eğirdir Meslek Yüksekokulu                     | Aşçılık                      | 62 |
|                                                 |           |          |                                                | Aşçılık (İÖ)                 | 62 |
|                                                 |           |          |                                                | Turizm ve Otel İşletmeciliği | 41 |

Turizm ve Destinasyon Araştırmaları VII

|                                              |               |               |                                                   |                                   |     |
|----------------------------------------------|---------------|---------------|---------------------------------------------------|-----------------------------------|-----|
| <b>İstanbul Üniversitesi</b>                 | İstanbul      | Çünür         | Isparta Meslek Yüksekokulu                        | Aşçılık                           | 62  |
|                                              |               |               |                                                   | Aşçılık (İÖ)                      | 62  |
|                                              |               |               |                                                   | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 95  |
|                                              |               | Yalvaç        | Yalvaç Meslek Yüksekokulu                         | Aşçılık                           | 72  |
|                                              |               |               |                                                   | Aşçılık (İÖ)                      | 72  |
|                                              |               |               |                                                   | Turist Rehberliği                 | 41  |
|                                              |               | Şarkikaraağaç | Şarkikaraağaç Turizm Meslek Yüksekokulu           | Aşçılık                           | 93  |
|                                              |               |               |                                                   | Aşçılık (İÖ)                      | 93  |
|                                              |               |               |                                                   |                                   |     |
|                                              |               | Sarıyer       | Açık Ve Uzaktan Eğitim Fakültesi                  | Kültürel Miras ve Turizm          | 308 |
|                                              |               |               |                                                   |                                   |     |
|                                              |               |               |                                                   |                                   |     |
| <b>İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa</b>      | İstanbul      | Sarıyer       | Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu                | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 67  |
|                                              |               |               |                                                   | Turizm ve Otel İşletmeciliği (UÖ) | 103 |
|                                              |               |               |                                                   |                                   |     |
| <b>Kafkas Üniversitesi</b>                   | Kars          | Sarıkemiş     | Sarıkemiş Meslek Yüksekokulu                      | Aşçılık                           | 57  |
| <b>Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi</b> | Kahramanmaraş | Onikişubat    | Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu                | Aşçılık                           | 52  |
|                                              |               |               |                                                   | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 52  |
|                                              |               |               |                                                   |                                   |     |
| <b>Karabük Üniversitesi</b>                  | Karabük       | Eflani        | Eflani Meslek Yüksekokulu                         | Aşçılık                           | 52  |
|                                              |               |               |                                                   |                                   |     |
|                                              |               |               |                                                   |                                   |     |
|                                              |               | Safranbolu    | Safranbolu Şefik Yılmaz Dizdar Meslek Yüksekokulu | Turist Rehberliği                 | 36  |
|                                              |               |               |                                                   | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 47  |
|                                              |               |               |                                                   | Turizm ve Otel İşletmeciliği (İÖ) | 31  |
| <b>Karadeniz Teknik Üniversitesi</b>         | Trabzon       | Maçka         | Maçka Meslek Yüksekokulu                          | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 36  |
| <b>Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi</b>    | Karaman       | Merkez        | Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu                | Aşçılık                           | 62  |
|                                              |               |               |                                                   | Aşçılık (İÖ)                      | 62  |
|                                              |               |               |                                                   | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 31  |
|                                              |               |               |                                                   | Pastacılık ve Ekmekçilik          | 31  |
|                                              |               |               |                                                   |                                   |     |
| <b>Kastamonu Üniversitesi</b>                | Kastamonu     | Daday         | Daday Nafi ve Ümit Çeri Meslek Yüksekokulu        | Aşçılık                           | 36  |
| <b>Kayseri Üniversitesi</b>                  | Kayseri       | Develi        | Develi Hüseyin Şahin Meslek Yüksekokulu           | Aşçılık                           | 41  |
| <b>Kırıkkale Üniversitesi</b>                | Kırıkkale     | Bahşili       | Fatma Şenses Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu   | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 50  |
| <b>Kırklareli Üniversitesi</b>               | Kırklareli    | Pınarhisar    | Pınarhisar Meslek Yüksekokulu                     | Aşçılık                           | 62  |
|                                              |               |               |                                                   | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 21  |
| <b>Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi</b>       | Kırşehir      | Merkez        | Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu                | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 41  |
| <b>Kilis 7 Aralık Üniversitesi</b>           | Kilis         | Merkez        | Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu            | Aşçılık                           | 52  |
|                                              |               |               |                                                   | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 31  |
| <b>Kocaeli Üniversitesi</b>                  | Kocaeli       | Kartepe       | Kartepe Turizm Meslek Yüksekokulu                 | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 93  |
|                                              |               |               |                                                   | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 41  |

|                                  |          |                                   |                                                      |                                   |    |
|----------------------------------|----------|-----------------------------------|------------------------------------------------------|-----------------------------------|----|
|                                  |          |                                   |                                                      | İşletmeciliği (İÖ)                |    |
|                                  |          |                                   |                                                      | Turist Rehberliği                 | 62 |
|                                  |          |                                   |                                                      | Turizm ve Seyahat Hizmetleri      | 62 |
| Kütahya Dumlupınar Üniversitesi  | Kütahya  | Merkez                            | Kütahya Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu           | Turist Rehberliği                 | 62 |
|                                  |          |                                   |                                                      | Turizm ve Seyahat Hizmetleri      | 41 |
|                                  |          | Çavdarhisar                       | Çavdarhisar Meslek Yüksekokulu                       | Turist Rehberliği                 | 26 |
| Malatya Turgut Özal Üniversitesi | Malatya  | Kale                              | Kale Turizm ve Otel İşletmeciliği Meslek Yüksekokulu | Aşçılık                           | 52 |
|                                  |          |                                   |                                                      | Turist Rehberliği                 | 35 |
|                                  |          |                                   |                                                      | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 36 |
| Mardin Artuklu Üniversitesi      | Mardin   | Midyat                            | Midyat Meslek Yüksekokulu                            | Aşçılık                           | 21 |
|                                  |          | Merkez                            | Meslek Yüksekokulu                                   | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 31 |
| Marmara Üniversitesi             | İstanbul | Kartal                            | Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu                   | Turist Rehberliği                 | 62 |
|                                  |          |                                   |                                                      | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 72 |
|                                  |          |                                   |                                                      | Turizm ve Seyahat Hizmetleri      | 52 |
| Mersin Üniversitesi              | Mersin   | Anamur                            | Anamur Meslek Yüksekokulu                            | Aşçılık                           | 57 |
|                                  |          |                                   |                                                      | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 62 |
|                                  |          |                                   |                                                      | Turizm ve Seyahat Hizmetleri      | 52 |
|                                  |          | Erdemli                           | Erdemli Meslek Yüksekokulu                           | Turizm Animasyonu                 | 41 |
|                                  |          |                                   |                                                      | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 72 |
|                                  |          | Yenişehir                         | Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu                   | Turizm ve Otel İşletmeciliği (İÖ) | 57 |
|                                  |          |                                   |                                                      | Turizm ve Seyahat Hizmetleri      | 69 |
|                                  |          | Turizm ve Seyahat Hizmetleri (İÖ) | 68                                                   |                                   |    |
| Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi  | Muğla    | Merkez                            | Muğla Meslek Yüksekokulu                             | Aşçılık                           | 62 |
|                                  |          |                                   |                                                      | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 62 |
|                                  |          |                                   |                                                      | Turizm ve Seyahat Hizmetleri      | 62 |
|                                  |          | Ortaca                            | Ortaca Meslek Yüksekokulu                            | Aşçılık                           | 57 |
|                                  |          |                                   |                                                      | Turist Rehberliği                 | 52 |
|                                  |          |                                   |                                                      | Turist Rehberliği (UÖ)            | 73 |
|                                  |          |                                   |                                                      | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 41 |
|                                  |          |                                   |                                                      | Turizm ve Seyahat Hizmetleri      | 52 |
|                                  |          | Milas                             | Milas Meslek Yüksekokulu                             | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 41 |
|                                  |          |                                   |                                                      | Aşçılık                           | 82 |
|                                  |          | Marmaris                          | Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu                   | Turizm Animasyonu                 | 41 |
|                                  |          |                                   |                                                      | Turist Rehberliği                 | 62 |
|                                  |          |                                   |                                                      | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 62 |
|                                  |          |                                   |                                                      | Aşçılık                           | 67 |

Turizm ve Destinasyon Araştırmaları VII

|                                               |          |           |                                                       |                                                      |        |
|-----------------------------------------------|----------|-----------|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|--------|
| <b>Munzur Üniversitesi</b>                    | Tunceli  | Pertek    | Tunceli Meslek Yüksekokulu                            | İkram Hizmetleri                                     | 52     |
|                                               |          |           |                                                       | Datça Kazım Yılmaz Meslek Yüksekokulu                | 41     |
|                                               |          |           |                                                       | Fethiye Ali Sıtkı-Mefharet Koçman Meslek Yüksekokulu | 41     |
|                                               |          |           |                                                       | Turizm ve Seyahat Hizmetleri                         | 62     |
|                                               |          |           |                                                       | Turizm ve Otel İşletmeciliği                         | 82     |
|                                               |          |           |                                                       | Aşçılık                                              | 52     |
|                                               |          |           |                                                       | Pertek Sakine Genç Meslek Yüksekokulu                | 21     |
|                                               |          |           |                                                       | Turizm ve Otel İşletmeciliği                         | 41     |
|                                               |          |           |                                                       | Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu                   | 21     |
|                                               |          |           |                                                       | Aşçılık                                              | 41     |
| <b>Muş Alparslan Üniversitesi</b>             | Muş      | Merkez    | Meram Meslek Yüksekokulu                              | Aşçılık                                              | 41     |
|                                               |          |           |                                                       | Turizm ve Otel İşletmeciliği                         | 41     |
|                                               |          |           |                                                       | Necmettin Erbakan Üniversitesi                       | 41     |
|                                               |          |           |                                                       | Konya                                                | Meram  |
|                                               |          |           |                                                       | Meram Meslek Yüksekokulu                             | 41     |
|                                               |          |           |                                                       | Aşçılık                                              | 67     |
|                                               |          |           |                                                       | Aşçılık (İÖ)                                         | 62     |
|                                               |          |           |                                                       | Turist Rehberliği                                    | 82     |
|                                               |          |           |                                                       | Turist Rehberliği (İÖ)                               | 62     |
|                                               |          |           |                                                       | Turizm ve Otel İşletmeciliği                         | 41     |
| <b>Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi</b> | Nevşehir | Ürgüp     | Ürgüp Sebhat ve Erol Toksöz Turizm Meslek Yüksekokulu | Turizm ve Seyahat Hizmetleri                         | 31     |
|                                               |          |           |                                                       | Kültürel Miras ve Turizm                             | 31     |
|                                               |          |           |                                                       | Kozaklı Meslek Yüksekokulu                           | 47     |
|                                               |          |           |                                                       | Sağlık Turizmi İşletmeciliği                         | 52     |
|                                               |          |           |                                                       | Aşçılık                                              | 41     |
|                                               |          |           |                                                       | Aşçılık (İÖ)                                         | 41     |
|                                               |          |           |                                                       | Turizm ve Otel İşletmeciliği                         | 41     |
|                                               |          |           |                                                       | Niğde Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu             | 41     |
|                                               |          |           |                                                       | Niğde                                                | Merkez |
|                                               |          |           |                                                       | Niğde Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu             | 41     |
| <b>Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi</b>     | Niğde    | Merkez    | Havza Meslek Yüksekokulu                              | Turizm ve Otel İşletmeciliği                         | 41     |
|                                               |          |           |                                                       | Bafra Turizm Meslek Yüksekokulu                      | 52     |
|                                               |          |           |                                                       | Samsun Meslek Yüksekokulu                            | 52     |
|                                               |          |           |                                                       | İlkadım                                              | 52     |
|                                               |          |           |                                                       | Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu                   | 62     |
|                                               |          |           |                                                       | Turizm ve Otel İşletmeciliği                         | 62     |
|                                               |          |           |                                                       | Tavas Meslek Yüksekokulu                             | 67     |
|                                               |          |           |                                                       | Aşçılık (İÖ)                                         | 52     |
|                                               |          |           |                                                       | Turist Rehberliği                                    | 31     |
|                                               |          |           |                                                       | Turizm ve Otel İşletmeciliği                         | 62     |
| <b>Ondokuz Mayıs Üniversitesi</b>             | Samsun   | Havza     | Havza Meslek Yüksekokulu                              | Turizm ve Otel İşletmeciliği                         | 41     |
|                                               |          |           |                                                       | Bafra Turizm Meslek Yüksekokulu                      | 52     |
|                                               |          |           |                                                       | Samsun Meslek Yüksekokulu                            | 52     |
|                                               |          |           |                                                       | İlkadım                                              | 52     |
|                                               |          |           |                                                       | Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu                   | 62     |
|                                               |          |           |                                                       | Turizm ve Otel İşletmeciliği                         | 62     |
|                                               |          |           |                                                       | Tavas Meslek Yüksekokulu                             | 67     |
|                                               |          |           |                                                       | Aşçılık (İÖ)                                         | 52     |
|                                               |          |           |                                                       | Turist Rehberliği                                    | 31     |
|                                               |          |           |                                                       | Turizm ve Otel İşletmeciliği                         | 62     |
| <b>Ordu Üniversitesi</b>                      | Ordu     | Altınordu | Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu                    | Aşçılık                                              | 62     |
|                                               |          |           |                                                       | Turizm ve Otel İşletmeciliği                         | 62     |
|                                               |          |           |                                                       | Tavas Meslek Yüksekokulu                             | 67     |
|                                               |          |           |                                                       | Aşçılık (İÖ)                                         | 52     |
|                                               |          |           |                                                       | Turist Rehberliği                                    | 31     |
|                                               |          |           |                                                       | Turizm ve Otel İşletmeciliği                         | 62     |
|                                               |          |           |                                                       | Denizli Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu           | 41     |
|                                               |          |           |                                                       | Turizm ve Otel İşletmeciliği (İÖ)                    | 41     |
|                                               |          |           |                                                       | Turizm ve Seyahat Hizmetleri                         | 62     |
|                                               |          |           |                                                       | Turizm ve Seyahat Hizmetleri (İÖ)                    | 41     |
| <b>Pamukkale Üniversitesi</b>                 | Denizli  | Pamukkale | Denizli Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu            | Turizm ve Seyahat Hizmetleri (İÖ)                    | 21     |
|                                               |          |           |                                                       | Kale Meslek                                          | 21     |

|                                                 |          |                 | Yüksekokulu                                   | Hizmetleri                        |    |
|-------------------------------------------------|----------|-----------------|-----------------------------------------------|-----------------------------------|----|
| <b>Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi</b>        | Rize     | Ardeşen         | Ardeşen Meslek Yüksekokulu                    | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 31 |
|                                                 |          |                 |                                               | Turizm ve Seyahat Hizmetleri      | 26 |
| <b>Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi</b> | Sakarya  | Sapanca         | Sapanca Turizm Meslek Yüksekokulu             | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 52 |
|                                                 |          |                 |                                               | Turizm ve Seyahat Hizmetleri      | 52 |
|                                                 |          |                 |                                               | Aşçılık                           | 62 |
|                                                 |          |                 |                                               | Pastacılık ve Ekmekçilik          | 31 |
|                                                 |          | Karasu          | Karasu Meslek Yüksekokulu                     | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 62 |
|                                                 |          |                 |                                               | Aşçılık                           | 62 |
| <b>Selçuk Üniversitesi</b>                      | Konya    | Beyşehir        | Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu       | Turist Rehberliği                 | 41 |
|                                                 |          |                 |                                               | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 41 |
|                                                 |          |                 |                                               | Aşçılık                           | 72 |
|                                                 |          | Silifke         | Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulu             | Aşçılık (İÖ)                      | 72 |
|                                                 |          |                 |                                               | Turist Rehberliği                 | 52 |
|                                                 |          |                 |                                               | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 31 |
|                                                 |          | Akşehir         | Akşehir Meslek Yüksekokulu                    | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 41 |
|                                                 |          |                 |                                               | Turist Rehberliği                 | 41 |
|                                                 |          |                 |                                               | Turizm ve Seyahat Hizmetleri      | 21 |
|                                                 |          | Selçuklu        | Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu            | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 77 |
| <b>Siirt Üniversitesi</b>                       | Siirt    | Merkez          | Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu            | Turizm ve Otel İşletmeciliği (İÖ) | 62 |
|                                                 |          |                 |                                               | Aşçılık                           | 62 |
| <b>Sinop Üniversitesi</b>                       | Sinop    | Gerze           | Gerze Meslek Yüksekokulu                      | Aşçılık                           | 52 |
|                                                 |          |                 |                                               | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 41 |
| <b>Sivas Cumhuriyet Üniversitesi</b>            | Sivas    | Merkez          | Cumhuriyet Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu | Aşçılık                           | 41 |
|                                                 |          |                 |                                               | Sağlık Turizmi İşletmeciliği      | 62 |
|                                                 |          |                 |                                               | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 62 |
|                                                 |          | Gürün           | Gürün Meslek Yüksekokulu                      | Aşçılık                           | 31 |
|                                                 |          |                 |                                               | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 21 |
|                                                 |          | Divriği         | Divriği Nuri Demirağ Meslek Yüksekokulu       | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 21 |
| <b>Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi</b>        | Tekirdağ | Şarköy          | Şarköy Meslek Yüksekokulu                     | Aşçılık                           | 41 |
|                                                 |          |                 |                                               | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 41 |
|                                                 |          | Marmaraereğlisi | Marmara Ereğlisi Meslek Yüksekokulu           | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 52 |
|                                                 |          |                 |                                               | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 62 |
|                                                 |          | Merkez          | Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu            | Turizm ve Otel İşletmeciliği (İÖ) | 51 |
|                                                 |          |                 |                                               | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 51 |
| <b>Tokat</b>                                    | Tokat    | Merkez          | Tokat Meslek Yüksekokulu                      | Aşçılık                           | 21 |
|                                                 |          |                 |                                               | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | 41 |

Turizm ve Destinasyon Araştırmaları VII

|                                                    |           |          |                                                 |                                                    |    |
|----------------------------------------------------|-----------|----------|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------|----|
| Gaziosmanpaşa<br>Üniversitesi                      |           |          |                                                 | İşletmeciliği                                      |    |
|                                                    |           | Reşadiye | Reşadiye Meslek<br>Yüksekokulu                  | Sağlık Turizmi<br>İşletmeciliği                    | 21 |
|                                                    |           | Niksar   | Niksar Meslek<br>Yüksekokulu                    | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği                    | 31 |
| Trabzon<br>Üniversitesi                            | Trabzon   | Akçaabat | Turizm ve Otelcilik<br>Meslek<br>Yüksekokulu    | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği                    | 72 |
|                                                    |           |          |                                                 | Turizm ve Seyahat<br>Hizmetleri                    | 72 |
| Trakya<br>Üniversitesi                             | Edirne    | Merkez   | Arda Meslek<br>Yüksekokulu                      | Aşçılık                                            | 62 |
|                                                    |           | Keşan    | Keşan Meslek<br>Yüksekokulu                     | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği                    | 36 |
|                                                    |           | Merkez   | Edirne Sosyal<br>Bilimler Meslek<br>Yüksekokulu | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği                    | 67 |
| Uşak<br>Üniversitesi                               | Uşak      | Banaz    | Banaz Meslek<br>Yüksekokulu                     | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği                    | 21 |
|                                                    |           | Ulubey   | Ulubey Meslek<br>Yüksekokulu                    | Turizm ve Seyahat<br>Hizmetleri                    | 26 |
| Van Yüzüncü Yıl<br>Üniversitesi                    | Van       | İpekyolu | Van Meslek<br>Yüksekokulu                       | Turist Rehberliği                                  | 47 |
|                                                    |           |          |                                                 | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği                    | 41 |
|                                                    |           | Gevaş    | Gevaş Meslek<br>Yüksekokulu                     | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği                    | 36 |
| Yalova<br>Üniversitesi                             | Yalova    | Merkez   | Yalova Meslek<br>Yüksekokulu                    | Aşçılık                                            | 62 |
|                                                    |           |          |                                                 | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği                    | 52 |
|                                                    |           | Armutlu  | Armutlu Meslek<br>Yüksekokulu                   | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği (İÖ)               | 41 |
|                                                    |           |          |                                                 | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği                    | 41 |
| Yozgat Bozok<br>Üniversitesi                       | Yozgat    | Merkez   | Yozgat Meslek<br>Yüksekokulu                    | Aşçılık                                            | 52 |
| Zonguldak<br>Bülent Ecevit<br>Üniversitesi         | Zonguldak | Devrek   | Devrek Meslek<br>Yüksekokulu                    | Aşçılık                                            | 72 |
|                                                    |           |          |                                                 | Aşçılık (İÖ)                                       | 72 |
|                                                    |           | Kilimli  | Zonguldak Meslek<br>Yüksekokulu                 | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği                    | 26 |
|                                                    |           |          |                                                 | Turizm ve Otel<br>İşletmeciliği                    | 41 |
| VAKIF ÜNİVERSİTELERİ                               |           |          |                                                 |                                                    |    |
| Acıbadem<br>Mehmet Ali<br>Aydınlar<br>Üniversitesi | İstanbul  | Ataşehir | Meslek<br>Yüksekokulu                           | Aşçılık (Burslu)                                   | 5  |
|                                                    |           |          |                                                 | Aşçılık (%50<br>İndirimli)                         | 28 |
| Alanya<br>Hamdullah<br>Emin Paşa<br>Üniversitesi   | Antalya   | Alanya   | Meslek<br>Yüksekokulu                           | Aşçılık (Burslu)                                   | 10 |
|                                                    |           |          |                                                 | Aşçılık (%50<br>İndirimli)                         | 20 |
| Ankara Medipol<br>Üniversitesi                     | Ankara    | Altındağ | Sağlık Hizmetleri<br>Meslek<br>Yüksekokulu      | Sağlık Turizmi<br>İşletmeciliği<br>(Burslu)        | 4  |
|                                                    |           |          |                                                 | Sağlık Turizmi<br>İşletmeciliği (%50<br>İndirimli) | 21 |
| Antalya Akev<br>Üniversitesi                       | Antalya   | Serik    | Meslek<br>Yüksekokulu                           | Aşçılık (Burslu)                                   | 4  |
|                                                    |           |          |                                                 | Aşçılık (%50<br>İndirimli)                         | 21 |

|                                   |          |            |                                    |                                              |    |
|-----------------------------------|----------|------------|------------------------------------|----------------------------------------------|----|
|                                   |          |            |                                    | Turist Rehberliği (Burslu)                   | 3  |
|                                   |          |            |                                    | Turist Rehberliği (%50 İndirimli)            | 19 |
| <b>Antalya Bilim Üniversitesi</b> | Antalya  | Döşemealtı | Meslek Yüksekokulu                 | Aşçılık (Burslu)                             | 5  |
|                                   |          |            |                                    | Aşçılık (%50 İndirimli)                      | 31 |
| <b>Avrasya Üniversitesi</b>       | Trabzon  | Ortahisar  | Meslek Yüksekokulu                 | Aşçılık (Burslu)                             | 4  |
|                                   |          |            |                                    | Aşçılık (%50 İndirimli)                      | 18 |
|                                   |          |            |                                    | Aşçılık (Burslu)                             | 6  |
|                                   |          |            |                                    | Aşçılık (%25 İndirimli)                      | 34 |
|                                   |          |            |                                    | Turizm ve Otel İşletmeciliği (Burslu)        | 8  |
|                                   |          |            |                                    | Turizm ve Otel İşletmeciliği (%50 İndirimli) | 12 |
| <b>Başkent Üniversitesi</b>       | Ankara   | Çankaya    | Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu | Turizm ve Seyahat Hizmetleri (Burslu)        | 5  |
|                                   |          |            |                                    | Turizm ve Seyahat Hizmetleri (%50 İndirimli) | 10 |
|                                   |          |            |                                    | Pastacılık ve Ekmekçilik (Burslu)            | 3  |
|                                   |          |            |                                    | Pastacılık ve Ekmekçilik (%25 İndirimli)     | 17 |
|                                   |          |            |                                    | Aşçılık (Burslu)                             | 13 |
|                                   |          |            |                                    | Aşçılık (İÖ) (Burslu)                        | 6  |
|                                   |          |            |                                    | Aşçılık (%50 İndirimli)                      | 76 |
| <b>Beykent Üniversitesi</b>       | İstanbul | Beylikdüzü | Meslek Yüksekokulu                 | Aşçılık (İÖ) (%50 İndirimli)                 | 38 |
|                                   |          |            |                                    | Turizm ve Seyahat Hizmetleri (Burslu)        | 5  |
|                                   |          |            |                                    | Turizm ve Seyahat Hizmetleri (%50 İndirimli) | 25 |
| <b>Beykoz Üniversitesi</b>        | İstanbul | Beykoz     | Meslek Yüksekokulu                 | Aşçılık (Burslu)                             | 5  |
|                                   |          |            |                                    | Aşçılık (%50 İndirimli)                      | 25 |
|                                   |          |            |                                    | Aşçılık (Burslu)                             | 14 |
|                                   |          |            |                                    | Aşçılık (%50 İndirimli)                      | 84 |
|                                   |          |            |                                    | Aşçılık (İÖ) (Burslu)                        | 7  |
| <b>Doğuş Üniversitesi</b>         | İstanbul | Üsküdar    | Meslek Yüksekokulu                 | Aşçılık (İÖ) (%50 İndirimli)                 | 42 |
|                                   |          |            |                                    | Turizm ve Otel İşletmeciliği (Burslu)        | 7  |
|                                   |          |            |                                    | Turizm ve Otel İşletmeciliği (%50 İndirimli) | 43 |
|                                   |          |            |                                    | Aşçılık (Burslu)                             | 10 |
| <b>Haliç Üniversitesi</b>         | İstanbul | Eyüpsultan | Meslek Yüksekokulu                 | Aşçılık (%50 İndirimli)                      | 56 |
|                                   |          |            |                                    | Aşçılık (İÖ) (Burslu)                        | 9  |
|                                   |          |            |                                    | Aşçılık (İÖ) (%50 İndirimli)                 | 51 |

Turizm ve Destinasyon Araştırmaları VII

|                                |          |              |                                |                                                   |    |
|--------------------------------|----------|--------------|--------------------------------|---------------------------------------------------|----|
| İstanbul Arel Üniversitesi     | İstanbul | Sefaköy      | Meslek Yüksekokulu             | İndirimli)                                        |    |
|                                |          |              |                                | Turizm ve Otel İşletmeciliği (Burslu)             | 8  |
|                                |          |              |                                | Turizm ve Otel İşletmeciliği (%50 İndirimli)      | 46 |
|                                |          |              |                                | Açıcılık (Burslu)                                 | 8  |
|                                |          |              |                                | Açıcılık (%50 İndirimli)                          | 48 |
|                                |          |              |                                | Turist Rehberliği (Burslu)                        | 5  |
|                                |          |              |                                | Turist Rehberliği (%50 İndirimli)                 | 25 |
|                                |          |              |                                | Turist Rehberliği (İÖ) (Burslu)                   | 10 |
|                                |          |              |                                | Turist Rehberliği (İÖ) (%50 İndirimli)            | 20 |
|                                |          |              |                                | Turizm ve Otel İşletmeciliği (Burslu)             | 8  |
| İstanbul Aydın Üniversitesi    | İstanbul | Küçükçekmece | Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu | Açıcılık (%50 İndirimli)                          | 75 |
|                                |          |              |                                | Açıcılık (Burslu)                                 | 13 |
|                                |          |              |                                | Açıcılık (İÖ) (%50 İndirimli)                     | 49 |
|                                |          |              |                                | Açıcılık (İÖ) (Burslu)                            | 9  |
|                                |          |              |                                | Turist Rehberliği (İngilizce) (%50 İndirimli)     | 51 |
|                                |          |              |                                | Turist Rehberliği (İngilizce) (Burslu)            | 9  |
|                                |          |              |                                | Turizm ve Otel İşletmeciliği (%50 İndirimli)      | 48 |
|                                |          |              |                                | Turizm ve Otel İşletmeciliği (İÖ) (%50 İndirimli) | 25 |
|                                |          |              |                                | Turizm ve Otel İşletmeciliği (İÖ) (Burslu)        | 4  |
|                                |          |              |                                | Açıcılık (Burslu)                                 | 12 |
| İstanbul Bilgi Üniversitesi    | İstanbul | Kuştepe      | Meslek Yüksekokulu             | Açıcılık (%50 İndirimli)                          | 68 |
|                                |          |              |                                | Açıcılık (İÖ) (Burslu)                            | 8  |
|                                |          |              |                                | Açıcılık (İÖ) (%50 İndirimli)                     | 45 |
|                                |          |              |                                | Açıcılık (Burslu)                                 | 7  |
| İstanbul Esenyurt Üniversitesi | İstanbul | Esenyurt     | Meslek Yüksekokulu             | Açıcılık (%50 İndirimli)                          | 38 |
|                                |          |              |                                | Turist Rehberliği (Burslu)                        | 5  |
|                                |          |              |                                | Turist Rehberliği (%50 İndirimli)                 | 20 |
|                                |          |              |                                | Açıcılık (Burslu)                                 | 7  |
| İstanbul Galata Üniversitesi   | İstanbul | Beyoğlu      | Meslek Yüksekokulu             | Açıcılık (%50 İndirimli)                          | 31 |
|                                |          |              |                                | Açıcılık (Ücretli)                                | 8  |
|                                |          |              |                                | Açıcılık (Burslu)                                 | 7  |
| İstanbul Gedik Üniversitesi    | İstanbul | Pendik       | Gedik Meslek Yüksekokulu       | Açıcılık (%50 İndirimli)                          | 38 |
|                                |          |              |                                | Açıcılık (Burslu)                                 | 7  |

|                                                       |          |          |                                                       | İndirimli)                                        |    |
|-------------------------------------------------------|----------|----------|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|----|
| İstanbul Gelişim Üniversitesi                         | İstanbul | Avcılar  | İstanbul Gelişim Meslek Yüksekokulu                   | Aşçılık (Burslu)                                  | 14 |
|                                                       |          |          |                                                       | Aşçılık (%50 İndirimli)                           | 82 |
|                                                       |          |          |                                                       | Aşçılık (İÖ) (Burslu)                             | 8  |
|                                                       |          |          |                                                       | Aşçılık (İÖ) (%50 İndirimli)                      | 51 |
|                                                       |          |          |                                                       | Turist Rehberliği (Burslu)                        | 10 |
|                                                       |          |          |                                                       | Turist Rehberliği (%50 İndirimli)                 | 30 |
|                                                       |          |          |                                                       | Turist Rehberliği (İÖ) (Burslu)                   | 10 |
|                                                       |          |          |                                                       | Turist Rehberliği (İÖ) (%50 İndirimli)            | 30 |
|                                                       |          |          |                                                       | Pastacılık ve Ekmekçilik (Burslu)                 | 6  |
|                                                       |          |          |                                                       | Pastacılık ve Ekmekçilik (%50 İndirimli)          | 34 |
| İstanbul Kültür Üniversitesi                          | İstanbul | Bakırköy | Meslek Yüksekokulu                                    | Turizm ve Otel İşletmeciliği (Burslu)             | 5  |
|                                                       |          |          |                                                       | Turizm ve Otel İşletmeciliği (%50 İndirimli)      | 31 |
| İstanbul Okan Üniversitesi                            | İstanbul | Tuzla    | Meslek Yüksekokulu                                    | Aşçılık (Burslu)                                  | 7  |
|                                                       |          |          |                                                       | Aşçılık (%50 İndirimli)                           | 38 |
| İstanbul Rumeli Üniversitesi                          | İstanbul | Esenyurt | Meslek Yüksekokulu                                    | Aşçılık (Burslu)                                  | 5  |
|                                                       |          |          |                                                       | Aşçılık (%50 İndirimli)                           | 29 |
|                                                       |          |          |                                                       | Aşçılık (Ücretli)                                 | 1  |
|                                                       |          |          |                                                       | Pastacılık ve Ekmekçilik (Burslu)                 | 6  |
|                                                       |          |          |                                                       | Pastacılık ve Ekmekçilik (%50 İndirimli)          | 28 |
| İstanbul Sağlık ve Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu | İstanbul | Fatih    | İstanbul Sağlık ve Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu | Aşçılık (Burslu)                                  | 5  |
|                                                       |          |          |                                                       | Aşçılık (%50 İndirimli)                           | 25 |
| İstanbul Şişli Meslek Yüksekokulu                     | İstanbul | Şişli    | İstanbul Şişli Meslek Yüksekokulu                     | Aşçılık (Burslu)                                  | 12 |
|                                                       |          |          |                                                       | Aşçılık (%50 İndirimli)                           | 67 |
|                                                       |          |          |                                                       | Turizm ve Otel İşletmeciliği (Burslu)             | 7  |
|                                                       |          |          |                                                       | Turizm ve Otel İşletmeciliği (%50 İndirimli)      | 39 |
|                                                       |          |          |                                                       | Turizm ve Otel İşletmeciliği (İÖ) (Burslu)        | 4  |
|                                                       |          |          |                                                       | Turizm ve Otel İşletmeciliği (İÖ) (%50 İndirimli) | 24 |
|                                                       |          |          |                                                       | Aşçılık (Burslu)                                  | 11 |
| İstanbul Topkapı                                      | İstanbul | Fatih    | Plato Meslek Yüksekokulu                              | Aşçılık (%50 İndirimli)                           | 60 |

Turizm ve Destinasyon Araştırmaları VII

| Üniversitesi                      |          |             |                                 | İndirimli)                                          |     |
|-----------------------------------|----------|-------------|---------------------------------|-----------------------------------------------------|-----|
|                                   |          |             |                                 | Aşçılık (İÖ) (Burslu)                               | 7   |
|                                   |          |             |                                 | Aşçılık (İÖ) (%50 İndirimli)                        | 40  |
|                                   |          |             |                                 | Aşçılık (Uzaktan Öğretim) (Burslu)                  | 7   |
|                                   |          |             |                                 | Aşçılık (Uzaktan Öğretim) (%50 İndirimli)           | 39  |
|                                   |          |             |                                 | Turist Rehberliği (Burslu)                          | 6   |
|                                   |          |             |                                 | Turist Rehberliği (%50 İndirimli)                   | 38  |
|                                   |          |             |                                 | Turist Rehberliği (Uzaktan Öğretim) (Burslu)        | 9   |
|                                   |          |             |                                 | Turist Rehberliği (Uzaktan Öğretim) (%50 İndirimli) | 51  |
|                                   |          |             |                                 | Turizm ve Otel İşletmeciliği (%50 İndirimli)        | 25  |
|                                   |          |             |                                 | Turizm ve Otel İşletmeciliği (Burslu)               | 5   |
| İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi | İstanbul | Zeytinburnu | Meslek Yüksekokulu              | Turizm ve Otel İşletmeciliği (İÖ) (Burslu)          | 5   |
|                                   |          |             |                                 | Turizm ve Otel İşletmeciliği (İÖ) (%50 İndirimli)   | 20  |
|                                   |          |             |                                 | Aşçılık (Burslu)                                    | 9   |
|                                   |          |             |                                 | Aşçılık (%50 İndirimli)                             | 51  |
| İzmir Ekonomi Üniversitesi        | İzmir    | Balçova     | Meslek Yüksekokulu              | Turizm ve Otel İşletmeciliği (Burslu)               | 3   |
|                                   |          |             |                                 | Turizm ve Otel İşletmeciliği (%25 İndirimli)        | 20  |
|                                   |          |             |                                 | Aşçılık (Burslu)                                    | 7   |
| İzmir Kavram Meslek Yüksekokulu   | İzmir    | Konak       | İzmir Kavram Meslek Yüksekokulu | Aşçılık (%25 İndirimli)                             | 38  |
|                                   |          |             |                                 | Aşçılık (İÖ) (Burslu)                               | 6   |
|                                   |          |             |                                 | Aşçılık (İÖ) (%25 İndirimli)                        | 34  |
|                                   |          |             |                                 | Aşçılık (Burslu)                                    | 8   |
| Kapadokya Üniversitesi            | Nevşehir | Ürgüp       | Kapadokya Meslek Yüksekokulu    | Aşçılık (%50 İndirimli)                             | 42  |
|                                   |          |             |                                 | Turist Rehberliği (Burslu)                          | 9   |
|                                   |          |             |                                 | Turist Rehberliği (%50 İndirimli)                   | 51  |
|                                   |          |             |                                 | Turist Rehberliği (Uzaktan Öğretim) (Burslu)        | 24  |
|                                   |          |             |                                 | Turist Rehberliği (Uzaktan Öğretim) (%25 İndirimli) | 136 |
|                                   |          |             |                                 |                                                     |     |

|                               |          |           |                    |                                              |    |
|-------------------------------|----------|-----------|--------------------|----------------------------------------------|----|
| <b>Maltepe Üniversitesi</b>   | İstanbul | Maltepe   | Meslek Yüksekokulu | Turizm ve Otel İşletmeciliği (Burslu)        | 6  |
|                               |          |           |                    | Turizm ve Otel İşletmeciliği (%25 İndirimli) | 16 |
|                               |          |           |                    | Turizm ve Otel İşletmeciliği (Ücretli)       | 12 |
|                               |          |           |                    | Aşçılık (Burslu)                             | 11 |
|                               |          |           |                    | Aşçılık (%50 İndirimli)                      | 61 |
|                               |          |           |                    | Aşçılık (Ücretli)                            | 1  |
|                               |          |           |                    | Aşçılık (İÖ) (Burslu)                        | 6  |
|                               |          |           |                    | Aşçılık (İÖ) (%50 İndirimli)                 | 33 |
|                               |          |           |                    | Aşçılık (İÖ) (Ücretli)                       | 1  |
|                               |          |           |                    | Turist Rehberliği (Burslu)                   | 7  |
| <b>Nişantaşı Üniversitesi</b> | İstanbul | Şişli     | Meslek Yüksekokulu | Turist Rehberliği (%50 İndirimli)            | 40 |
|                               |          |           |                    | Turist Rehberliği (Ücretli)                  | 1  |
|                               |          |           |                    | Turizm ve Otel İşletmeciliği (Burslu)        | 7  |
|                               |          |           |                    | Turizm ve Otel İşletmeciliği (%50 İndirimli) | 41 |
|                               |          |           |                    | Turizm ve Otel İşletmeciliği (Ücretli)       | 1  |
|                               |          |           |                    | Aşçılık (İngilizce) (Burslu)                 | 8  |
|                               |          |           |                    | Aşçılık (İngilizce) (%50 İndirimli)          | 47 |
| <b>Toros Üniversitesi</b>     | Mersin   | Yenişehir | Meslek Yüksekokulu | Aşçılık (Burslu)                             | 5  |
|                               |          |           |                    | Aşçılık (%50 İndirimli)                      | 30 |
| <b>Yaşar Üniversitesi</b>     | İzmir    | Bornova   | Meslek Yüksekokulu | Turizm ve Otel İşletmeciliği (Burslu)        | 3  |
|                               |          |           |                    | Turizm ve Otel İşletmeciliği (%50 İndirimli) | 18 |
|                               |          |           |                    | Turizm ve Otel İşletmeciliği (Ücretli)       | 2  |

### 3.3. Lisans Düzeyinde Turizm Eğitiminin Durumu

Türkiye’de lisans düzeyinde turizm eğitimi ilgili web sayfalarından elde edilen verilere göre, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Otel Yöneticiliği, Rekreasyon Yönetimi, Seyahat İşletmeciliği, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği, Turizm İşletmeciliği, Turizm Rehberliği, Turizm ve Otel

İşletmeciliği, Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği programları adı altında verilmektedir. Detaylı bilgiler Tablo 3'te verilmiştir.

**Tablo 3. Lisans Düzeyinde Turizm Eğitiminin Durumu**

| Üniversitenin Adı                                             | İl       | İlçe      | Fakölte/ YO                                   | Program                             | Öğrenci Sayısı |
|---------------------------------------------------------------|----------|-----------|-----------------------------------------------|-------------------------------------|----------------|
| <b>Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi</b> | Adana    | Sarıçam   | İşletme Faköltesi                             | Turizm İşletmeciliği                | 31             |
| <b>Adıyaman Üniversitesi</b>                                  | Adıyaman | Merkez    | Turizm Faköltesi                              | Turizm Rehberliği                   | 41             |
| <b>Afyon Kocatepe Üniversitesi</b>                            | Afyon    | Merkez    | Turizm Faköltesi                              | Turizm İşletmeciliği                | 31             |
|                                                               |          |           |                                               | Turizm Rehberliği                   | 52             |
|                                                               |          |           |                                               | Turizm Rehberliği (İÖ)              | 41             |
|                                                               |          |           |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 62             |
|                                                               |          |           |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (İÖ) | 62             |
|                                                               |          |           |                                               |                                     |                |
| <b>Ağrı İbrahim een Üniversitesi</b>                        | Ağrı     | Merkez    | Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 31             |
| <b>Akdeniz Üniversitesi</b>                                   | Antalya  | Konyaaltı | Turizm Faköltesi                              | Turizm İşletmeciliği                | 72             |
|                                                               |          |           |                                               | Turizm İşletmeciliği (İngilizce)    | 52             |
|                                                               |          |           |                                               | Turizm Rehberliği                   | 52             |
|                                                               |          |           |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 72             |
|                                                               |          |           |                                               | Rekreasyon Yönetimi                 | 52             |
|                                                               |          |           |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 82             |
|                                                               |          |           |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (İÖ) | 82             |
|                                                               |          | Manavgat  | Manavgat Turizm Faköltesi                     | Rekreasyon Yönetimi                 | 52             |
|                                                               |          |           |                                               | Turizm İşletmeciliği                | 41             |
|                                                               |          |           |                                               | Turizm Rehberliği                   | 62             |
|                                                               |          |           |                                               | Turizm Rehberliği (İÖ)              | 41             |
|                                                               |          |           |                                               |                                     |                |
|                                                               |          | Serik     | Serik İşletme Faköltesi                       | Turizm İşletmeciliği                | 31             |
| <b>Aksaray Üniversitesi</b>                                   | Aksaray  | Merkez    | Turizm Faköltesi                              | Turizm Rehberliği                   | 41             |
| <b>Alanya Alaaddin</b>                                        |          |           | Turizm Faköltesi                              | Turizm İşletmeciliği                | 62             |

|                                             |           |          |                                               |                                            |     |
|---------------------------------------------|-----------|----------|-----------------------------------------------|--------------------------------------------|-----|
| <b>Keykubat Üniversitesi</b>                | Antalya   | Alanya   |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları             | 62  |
| <b>Anadolu Üniversitesi</b>                 | Eskişehir | Tepebaşı | Turizm Fakültesi                              | Turizm İşletmeciliği                       | 52  |
|                                             |           |          |                                               | Turizm Rehberliği                          | 41  |
|                                             |           |          |                                               | Turizm Rehberliği (KKTC Uyraklu)           | 1   |
|                                             |           |          |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları             | 62  |
|                                             |           |          |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları             | 66  |
| <b>Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi</b> | Ankara    | Gölbaşı  | Turizm Fakültesi                              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (M.T.O.K.)  | 17  |
|                                             |           |          |                                               | Rekreasyon Yönetimi                        | 71  |
|                                             |           |          |                                               | Rekreasyon Yönetimi (M.T.O.K.)             | 18  |
|                                             |           |          |                                               | Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği | 62  |
|                                             |           |          |                                               | Turizm İşletmeciliği                       | 72  |
| <b>Ardahan Üniversitesi</b>                 | Ardahan   | Merkez   | Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu | Gastronomi ve Mutfak Sanatları             | 41  |
| <b>Artvin Çoruh Üniversitesi</b>            | Artvin    | Merkez   | Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları             | 41  |
| <b>Atatürk Üniversitesi</b>                 | Erzurum   | Yakutiye | Turizm Fakültesi                              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları             | 72  |
|                                             |           |          |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (İÖ)        | 62  |
|                                             |           |          |                                               | Turizm İşletmeciliği                       | 82  |
|                                             |           |          |                                               | Turizm Rehberliği                          | 103 |
|                                             |           |          |                                               | Seyahat İşletmeciliği                      | 36  |
| <b>Aydın Adnan Menderes Üniversitesi</b>    | Aydın     | Efeler   | Turizm Fakültesi                              | Turizm İşletmeciliği                       | 31  |
|                                             |           |          |                                               | Turizm Rehberliği                          | 52  |
|                                             |           |          |                                               | Turizm Rehberliği (İÖ)                     | 41  |
|                                             |           |          |                                               | Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği            | 52  |
|                                             |           |          |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları             | 52  |
| <b>Balıkesir Üniversitesi</b>               | Balıkesir | Merkez   | Turizm Fakültesi                              | Rekreasyon Yönetimi                        | 41  |
|                                             |           |          |                                               | Turizm                                     | 41  |

Turizm ve Destinasyon Araştırmaları VII

|                                              |           |          |                                               | İşletmeciliği                              |    |
|----------------------------------------------|-----------|----------|-----------------------------------------------|--------------------------------------------|----|
| <b>Batman Üniversitesi</b>                   | Batman    | Merkez   | Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi       | Turizm Rehberliği                          | 62 |
|                                              |           |          |                                               | Turizm Rehberliği (İÖ)                     | 41 |
|                                              |           |          |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları             | 41 |
|                                              |           |          |                                               | Turizm İşletmeciliği                       | 41 |
|                                              |           |          |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları             | 41 |
|                                              |           |          |                                               | Turizm Rehberliği                          | 36 |
|                                              |           |          |                                               | Turizm İşletmeciliği                       | 41 |
|                                              |           |          |                                               | Turizm Rehberliği                          | 41 |
|                                              |           |          |                                               | Turizm İşletmeciliği                       | 21 |
|                                              |           |          |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları             | 41 |
| <b>Bitlis Eren Üniversitesi</b>              | Bitlis    | Ahlat    | Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu         | Turizm İşletmeciliği                       | 21 |
| <b>Boğaziçi Üniversitesi</b>                 | İstanbul  | Bebek    | Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu               | Turizm İşletmeciliği (İngilizce)           | 57 |
| <b>Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi</b>  | Bolu      | Merkez   | Turizm Fakültesi                              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları             | 62 |
|                                              |           |          |                                               | Turizm Rehberliği                          | 41 |
|                                              |           |          |                                               | Turizm İşletmeciliği                       | 31 |
| <b>Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi</b> | Burdur    | Merkez   | Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu | Gastronomi ve Mutfak Sanatları             | 62 |
|                                              |           |          |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (İÖ)        | 62 |
|                                              |           |          |                                               | Turizm İşletmeciliği                       | 41 |
|                                              |           |          |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları             | 52 |
| <b>Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi</b>   | Çanakkale | Merkez   | Turizm Fakültesi                              | Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği | 52 |
|                                              |           |          |                                               | Turizm İşletmeciliği                       | 31 |
|                                              |           | Gökçeada | Gökçeada Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu      | Gastronomi ve Mutfak Sanatları             | 57 |
|                                              |           |          |                                               |                                            |    |
| <b>Çankırı Karatekin Üniversitesi</b>        | Çankırı   | İlgaz    | İlgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu         | Turizm Rehberliği                          | 52 |
| <b>Dokuz Eylül Üniversitesi</b>              | İzmir     | Buca     | Turizm Fakültesi                              | Turizm İşletmeciliği                       | 62 |
|                                              |           |          |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları             | 62 |
|                                              |           |          | Uygulamalı Bilimler                           | Gastronomi ve Mutfak Sanatları             | 62 |

| Yüksekokulu                                            |           |            |                                                        |                                     |    |
|--------------------------------------------------------|-----------|------------|--------------------------------------------------------|-------------------------------------|----|
|                                                        |           |            |                                                        | Turizm İşletmeciliği                | 62 |
|                                                        |           |            |                                                        | Turizm İşletmeciliği (KKTC Uyraklu) | 1  |
|                                                        |           |            |                                                        | Turizm İşletmeciliği (İngilizce)    | 62 |
|                                                        |           |            |                                                        | İşletme Fakültesi                   |    |
| <b>Düzce Üniversitesi</b>                              | Düzce     | Akçakoca   | Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu | Turizm İşletmeciliği                | 41 |
|                                                        |           |            |                                                        | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 41 |
| <b>Ege Üniversitesi</b>                                | İzmir     | Çeşme      | Çeşme Turizm Fakültesi                                 | Turizm İşletmeciliği                | 82 |
|                                                        |           |            |                                                        | Turizm Rehberliği                   | 57 |
| <b>Erciyes Üniversitesi</b>                            | Kayseri   | Talas      | Turizm Fakültesi                                       | Turizm Rehberliği                   | 62 |
|                                                        |           |            |                                                        | Turizm İşletmeciliği                | 31 |
| <b>Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi</b>           | Erzincan  | Kemaliye   | Kemaliye Hacı Ali Akın Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 41 |
|                                                        |           |            |                                                        |                                     |    |
| <b>Eskişehir Osmangazi Üniversitesi</b>                | Eskişehir | Odunpazarı | Turizm Fakültesi                                       | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 52 |
|                                                        |           |            |                                                        | Turizm İşletmeciliği                | 62 |
|                                                        |           |            |                                                        | Turizm İşletmeciliği (İÖ)           | 41 |
| <b>Gaziantep İslam Bilim ve Teknoloji Üniversitesi</b> | Gaziantep | Şahinbey   | Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi           | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 41 |
|                                                        |           |            |                                                        |                                     |    |
| <b>Gaziantep Üniversitesi</b>                          | Gaziantep | Merkez     | Turizm Fakültesi                                       | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 62 |
|                                                        |           |            |                                                        |                                     |    |
| <b>Giresun Üniversitesi</b>                            | Giresun   | Keşap      | Turizm Fakültesi                                       | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 52 |
|                                                        |           |            |                                                        | Rekreasyon Yönetimi                 | 31 |
|                                                        |           | Bulancak   | Bulancak Kadir Karabaş Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu | Turizm İşletmeciliği                | 21 |
| <b>Gümüşhane Üniversitesi</b>                          | Gümüşhane | Merkez     | Turizm Fakültesi                                       | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 31 |
|                                                        |           |            |                                                        | Turizm Rehberliği                   | 52 |
| <b>Harran Üniversitesi</b>                             | Şanlıurfa | Merkez     | Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 41 |
|                                                        |           |            |                                                        | Rekreasyon Yönetimi                 | 41 |

Turizm ve Destinasyon Araştırmaları VII

|                                                 |               |              |                                               |                                  |    |
|-------------------------------------------------|---------------|--------------|-----------------------------------------------|----------------------------------|----|
|                                                 |               |              |                                               | Turizm Rehberliği                | 41 |
| <b>Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi</b>         | Hatay         | Antakya      | Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu | Gastronomi ve Mutfak Sanatları   | 41 |
| <b>Iğdır Üniversitesi</b>                       | Iğdır         | Merkez       | Turizm Fakültesi                              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları   | 62 |
| <b>İsparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi</b> | İsparta       | Eğirdir      | Turizm Fakültesi                              | Turizm İşletmeciliği             | 31 |
|                                                 |               |              |                                               | Turizm Rehberliği                | 41 |
| <b>İskenderun Teknik Üniversitesi</b>           | Hatay         | İskenderun   | Turizm Fakültesi                              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları   | 62 |
|                                                 |               |              |                                               | Turizm İşletmeciliği             | 31 |
|                                                 |               |              |                                               | Turizm Rehberliği                | 31 |
| <b>İstanbul Medeniyet Üniversitesi</b>          | İstanbul      | Tuzla        | Turizm Fakültesi                              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları   | 52 |
|                                                 |               |              |                                               | Turizm İşletmeciliği             | 52 |
| <b>İstanbul Üniversitesi</b>                    | İstanbul      | Fatih        | İktisat Fakültesi                             | Turizm İşletmeciliği             | 77 |
| <b>İzmir Katip Çelebi Üniversitesi</b>          | İzmir         | Çiğli        | Turizm Fakültesi                              | Turizm İşletmeciliği (İngilizce) | 41 |
|                                                 |               |              |                                               | Turizm Rehberliği                | 62 |
|                                                 |               |              |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları   | 62 |
| <b>Kafkas Üniversitesi</b>                      | Kars          | Sarıkamış    | Sarıkamış Turizm Fakültesi                    | Gastronomi ve Mutfak Sanatları   | 52 |
| <b>Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi</b>      | Kahramanmaraş | Dulkadiroğlu | Mühendislik Mimarlık ve Tasarım Fakültesi     | Gastronomi ve Mutfak Sanatları   | 41 |
| <b>Karabük Üniversitesi</b>                     | Karabük       | Safranbolu   | Safranbolu Turizm Fakültesi                   | Gastronomi ve Mutfak Sanatları   | 52 |
|                                                 |               |              |                                               | Turizm Rehberliği                | 31 |
|                                                 |               |              |                                               | Turizm İşletmeciliği             | 26 |
|                                                 |               |              |                                               | Rekreasyon Yönetimi              | 41 |
| <b>Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi</b>       | Karaman       | Merkez       | Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları   | 41 |
|                                                 |               |              |                                               | Turizm Rehberliği                | 31 |
|                                                 |               |              |                                               | Rekreasyon Yönetimi              | 41 |
| <b>Kastamonu Üniversitesi</b>                   | Kastamonu     | Merkez       | Turizm Fakültesi                              | Turizm İşletmeciliği (İngilizce) | 31 |
|                                                 |               |              |                                               | Turizm Rehberliği                | 52 |

|  |  |  |  |                                     |    |
|--|--|--|--|-------------------------------------|----|
|  |  |  |  | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 52 |
|  |  |  |  | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 41 |
|  |  |  |  | Turizm Rehberliği                   | 41 |
|  |  |  |  | Rekreasyon Yönetimi                 | 36 |
|  |  |  |  | Turizm İşletmeciliği                | 26 |
|  |  |  |  | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 62 |
|  |  |  |  | Turizm İşletmeciliği                | 41 |
|  |  |  |  | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 31 |
|  |  |  |  | Rekreasyon Yönetimi                 | 31 |
|  |  |  |  | Turizm İşletmeciliği                | 26 |
|  |  |  |  | Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi |    |
|  |  |  |  | Turizm İşletmeciliği                | 31 |
|  |  |  |  | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 62 |
|  |  |  |  | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (İÖ) | 31 |
|  |  |  |  | Turizm Rehberliği                   | 31 |
|  |  |  |  | Turizm İşletmeciliği                | 26 |
|  |  |  |  | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 62 |
|  |  |  |  | Rekreasyon Yönetimi                 | 41 |
|  |  |  |  | Turizm İşletmeciliği                | 62 |
|  |  |  |  | Turizm Rehberliği                   | 62 |
|  |  |  |  | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 62 |
|  |  |  |  | Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği     | 52 |
|  |  |  |  | Turizm Rehberliği                   | 31 |
|  |  |  |  | Turizm İşletmeciliği                | 52 |
|  |  |  |  | Turizm İşletmeciliği (İngilizce)    | 31 |
|  |  |  |  | Turizm İşletmeciliği                | 72 |
|  |  |  |  | Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık |    |
|  |  |  |  | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 52 |

Turizm ve Destinasyon Araştırmaları VII

|                                          |          |           |                                       | Fakültesi                           |    |
|------------------------------------------|----------|-----------|---------------------------------------|-------------------------------------|----|
| Necmettin Erbakan Üniversitesi           | Konya    | Meram     | Turizm Fakültesi                      | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 62 |
|                                          |          |           |                                       | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (İÖ) | 62 |
|                                          |          |           |                                       | Rekreasyon Yönetimi                 | 62 |
|                                          |          |           |                                       | Turizm İşletmeciliği                | 31 |
|                                          |          |           |                                       | Turizm Rehberliği                   | 52 |
|                                          |          |           |                                       |                                     |    |
| Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi   | Nevşehir | Merkez    | Turizm Fakültesi                      | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 62 |
|                                          |          |           |                                       | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (İÖ) | 41 |
|                                          |          |           |                                       | Turizm İşletmeciliği                | 36 |
|                                          |          |           |                                       | Turizm Rehberliği                   | 52 |
| Ondokuz Mayıs Üniversitesi               | Samsun   | Bafra     | Turizm Fakültesi                      | Turizm Rehberliği                   | 52 |
|                                          |          |           |                                       | Turizm İşletmeciliği                | 31 |
| Ordu Üniversitesi                        | Ordu     | Altınordu | Turizm Fakültesi                      | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 62 |
| Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi         | Osmaniye | Kadirli   | Kadirli Uygulamalı Bilimler Fakültesi | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 52 |
|                                          |          |           |                                       | Rekreasyon Yönetimi                 | 41 |
| Pamukkale Üniversitesi                   | Denizli  | Pamukkale | Turizm Fakültesi                      | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 72 |
|                                          |          |           |                                       | Rekreasyon Yönetimi                 | 31 |
|                                          |          |           |                                       | Turizm İşletmeciliği                | 41 |
|                                          |          |           |                                       | Turizm Rehberliği                   | 62 |
| Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi        | Rize     | Ardeşen   | Ardeşen Turizm Fakültesi              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 41 |
|                                          |          |           |                                       | Turizm İşletmeciliği                | 21 |
| Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi | Sakarya  | Sapanca   | Turizm Fakültesi                      | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 62 |
|                                          |          |           |                                       | Rekreasyon Yönetimi                 | 41 |
|                                          |          |           |                                       | Turizm İşletmeciliği                | 41 |
|                                          |          |           |                                       | Turizm Rehberliği                   | 62 |
|                                          |          |           |                                       | Turizm Rehberliği (İÖ)              | 52 |
| Selçuk Üniversitesi                      | Konya    | Selçuklu  | Turizm Fakültesi                      | Gastronomi ve Mutfak Sanatları      | 62 |
|                                          |          |           |                                       | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (İÖ) | 62 |
|                                          |          |           |                                       | Rekreasyon Yönetimi                 | 31 |

|                                                |           |          |                                                              |                                                            |    |
|------------------------------------------------|-----------|----------|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|----|
|                                                |           |          |                                                              | Turizm İşletmeciliği                                       | 31 |
|                                                |           |          |                                                              | Turizm Rehberliği                                          | 31 |
|                                                |           | Beyşehir | Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi                        | Turizm Rehberliği                                          | 41 |
|                                                |           |          |                                                              | Turizm İşletmeciliği                                       | 31 |
|                                                |           |          |                                                              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları                             | 31 |
| <b>Siirt Üniversitesi</b>                      | Siirt     | Merkez   | Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu                | Gastronomi ve Mutfak Sanatları                             | 41 |
|                                                |           |          |                                                              | Rekreasyon Yönetimi                                        | 41 |
|                                                |           |          |                                                              | Rekreasyon Yönetimi                                        | 41 |
| <b>Sinop Üniversitesi</b>                      | Sinop     | Merkez   | Turizm Fakültesi                                             | Gastronomi ve Mutfak Sanatları                             | 52 |
|                                                |           |          |                                                              | Turizm Rehberliği                                          | 62 |
| <b>Sivas Cumhuriyet Üniversitesi</b>           | Sivas     | Merkez   | Turizm Fakültesi                                             | Gastronomi ve Mutfak Sanatları                             | 72 |
|                                                |           |          |                                                              | Turizm İşletmeciliği                                       | 21 |
| <b>Süleyman Demirel Üniversitesi</b>           | Isparta   | Merkez   | İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi                         | Turizm İşletmeciliği                                       | 31 |
| <b>Şırnak Üniversitesi</b>                     | Şırnak    | Merkez   | Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu                     | Gastronomi ve Mutfak Sanatları                             | 41 |
| <b>Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi</b>        | Tokat     | Zile     | Zile Dinçerler Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu | Gastronomi ve Mutfak Sanatları                             | 52 |
|                                                |           |          |                                                              | Rekreasyon Yönetimi                                        | 32 |
| <b>Trakya Üniversitesi</b>                     | Edirne    | Merkez   | Uygulamalı Bilimler Fakültesi                                | Turizm İşletmeciliği                                       | 31 |
|                                                |           |          |                                                              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları                             | 41 |
| <b>Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi</b>            | Van       | Tuşba    | Turizm Fakültesi                                             | Rekreasyon Yönetimi                                        | 41 |
|                                                |           |          |                                                              | Turizm İşletmeciliği                                       | 21 |
| <b>Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi</b>    | Zonguldak | Ereğli   | Karadeniz Ereğli Turizm Fakültesi                            | Turizm İşletmeciliği                                       | 26 |
|                                                |           |          |                                                              | Turizm Rehberliği                                          | 41 |
| <b>VAKIF ÜNİVERSİTELERİ</b>                    |           |          |                                                              |                                                            |    |
| <b>Alanya Hamdullah Emin Paşa Üniversitesi</b> | Antalya   | Alanya   | Sanat ve Tasarım Fakültesi                                   | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (%50 İndirimli)             | 15 |
|                                                |           |          |                                                              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (İngilizce) (%50 İndirimli) | 22 |
|                                                |           |          |                                                              | Gastronomi ve                                              |    |

Turizm ve Destinasyon Araştırmaları VII

|                             |          |            |                                              |                                                            |                               |
|-----------------------------|----------|------------|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------|-------------------------------|
|                             |          |            |                                              | Mutfak Sanatları (İngilizce) (Burslu)                      | 8                             |
|                             |          |            |                                              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Burslu)                    | 5                             |
|                             |          |            |                                              | İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi                       | Turizm İşletmeciliği (Burslu) |
| Altınbaş Üniversitesi       | İstanbul | Beşiktaş   | Uygulamalı Bilimler Fakültesi                | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (%50 İndirimli)             | 30                            |
|                             |          |            |                                              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Burslu)                    | 5                             |
| Ankara Medipol Üniversitesi | Ankara   | Altındağ   | Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (İngilizce) (%50 İndirimli) | 51                            |
|                             |          |            |                                              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Burslu) (İngilizce)        | 9                             |
| Antalya Akev Üniversitesi   | Antalya  | Serik      | Sanat ve Tasarım Fakültesi                   | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (%50 İndirimli)             | 34                            |
|                             |          |            |                                              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Burslu)                    | 6                             |
| Antalya Bilim Üniversitesi  | Antalya  | Döşemealtı | Turizm Fakültesi                             | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (%50 İndirimli) (İngilizce) | 38                            |
|                             |          |            |                                              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Burslu) (İngilizce)        | 7                             |
|                             |          |            |                                              | Turizm İşletmeciliği (Burslu) (İngilizce)                  | 3                             |
|                             |          |            |                                              | Turizm İşletmeciliği (%50 İndirimli) (İngilizce)           | 18                            |
| Atılım Üniversitesi         | Ankara   | Gölbaşı    | İşletme Fakültesi                            | Turizm İşletmeciliği (Burslu) (İngilizce)                  | 13                            |
|                             |          |            |                                              | Turizm İşletmeciliği (%50 İndirimli) (İngilizce)           | 7                             |
| Avrasya Üniversitesi        | Trabzon  | Ortahisar  | Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (%50 İndirimli)             | 25                            |
|                             |          |            |                                              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Burslu)                    | 5                             |
| Bahçeşehir                  | İstanbul | Beşiktaş   | Uygulamalı                                   | Gastronomi ve                                              | 20                            |

| Üniversitesi                      |           |                   | Bilimler<br>Yüksekokulu                                  | Mutfak Sanatları<br>(%50 İndirimli)<br>(İngilizce)            |    |
|-----------------------------------|-----------|-------------------|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|----|
|                                   |           |                   |                                                          | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(Burslu)<br>(İngilizce)  |    |
| Başkent<br>Üniversitesi           | Ankara    | Etimesgut         |                                                          | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(Ücretli)<br>(İngilizce) | 23 |
|                                   |           |                   |                                                          | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(%25 İndirimli)          | 32 |
|                                   |           |                   |                                                          | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(Burslu)                 | 9  |
|                                   |           |                   |                                                          | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(Ücretli)                | 14 |
|                                   |           |                   | Güzel<br>Sanatlar<br>Tasarım ve<br>Mimarlık<br>Fakültesi | Turizm<br>İşletmeciliği<br>(%50 İndirimli)                    | 15 |
|                                   |           |                   |                                                          | Turizm<br>İşletmeciliği<br>(Burslu)                           | 5  |
|                                   |           |                   |                                                          | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(%50 İndirimli)          | 84 |
|                                   |           |                   | Güzel<br>Sanatlar<br>Fakültesi                           | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(Burslu)                 | 14 |
|                                   |           |                   |                                                          | Turizm<br>İşletmeciliği<br>(%50 İndirimli)                    | 25 |
|                                   |           |                   |                                                          | Turizm<br>İşletmeciliği<br>(Burslu)                           | 5  |
| Beykent<br>Üniversitesi           | İstanbul  | Büyükkçekm<br>ece | Güzel<br>Sanatlar<br>Fakültesi                           | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(%50 İndirimli)          | 84 |
|                                   |           |                   |                                                          | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(Burslu)                 | 14 |
|                                   |           | Esenyurt          | İktisadi ve<br>İdari Bilimler<br>Fakültesi               | Turizm<br>İşletmeciliği<br>(%50 İndirimli)                    | 25 |
|                                   |           |                   |                                                          | Turizm<br>İşletmeciliği<br>(Burslu)                           | 5  |
| Beykoz<br>Üniversitesi            | İstanbul  | Beykoz            | Sanat ve<br>Tasarım<br>Fakültesi                         | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(%50 İndirimli)          | 38 |
|                                   |           |                   |                                                          | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(Burslu)                 | 7  |
| Doğuş<br>Üniversitesi             | İstanbul  | Ümraniye          | Sanat ve<br>Tasarım<br>Fakültesi                         | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(%50 İndirimli)          | 65 |
|                                   |           |                   |                                                          | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(Burslu)                 | 12 |
|                                   |           |                   |                                                          | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(%50 İndirimli)          | 59 |
| Haliç<br>Üniversitesi             | İstanbul  | Beyoğlu           | Güzel<br>Sanatlar<br>Fakültesi                           | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(%50 İndirimli)          | 11 |
|                                   |           |                   |                                                          | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(Burslu)                 | 11 |
| Hasan<br>Kalyoncu<br>Üniversitesi | Gaziantep | Şahinbey          | Güzel<br>Sanatlar ve<br>Mimarlık<br>Fakültesi            | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(%50 İndirimli)          | 19 |
|                                   |           |                   |                                                          | Gastronomi ve                                                 | 10 |

Turizm ve Destinasyon Araştırmaları VII

|                                             |          |              |                                    |                                                            |    |
|---------------------------------------------|----------|--------------|------------------------------------|------------------------------------------------------------|----|
| <b>İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi</b> | Ankara   | Çankaya      | Uygulamalı Bilimler Fakültesi      | Mutfak Sanatları (Burslu)                                  |    |
|                                             |          |              |                                    | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Ücretli)                   | 10 |
|                                             |          |              |                                    | Turizm ve Otel İşletmeciliği (%50 İndirimli) (İngilizce)   | 31 |
|                                             |          |              |                                    | Turizm ve Otel İşletmeciliği (Burslu) (İngilizce)          | 5  |
| <b>İstanbul Arel Üniversitesi</b>           | İstanbul | Cevizlibağ   | Güzel Sanatlar Fakültesi           | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (%50 İndirimli)             | 30 |
|                                             |          |              |                                    | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Burslu)                    | 5  |
| <b>İstanbul Aydın Üniversitesi</b>          | İstanbul | Küçükçekmece | Güzel Sanatlar Fakültesi           | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (%50 İndirimli)             | 44 |
|                                             |          |              |                                    | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Burslu)                    | 12 |
|                                             |          |              |                                    | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Ücretli)                   | 24 |
|                                             |          |              |                                    | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (%50 İndirimli) (İngilizce) | 36 |
| <b>İstanbul Bilgi Üniversitesi</b>          | İstanbul | Beyoğlu      | Uygulamalı Bilimler Fakültesi      | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Burslu) (İngilizce)        | 8  |
|                                             |          |              |                                    | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Ücretli) (İngilizce)       | 9  |
|                                             |          |              |                                    | Turizm İşletmeciliği (%50 İndirimli) (İngilizce)           | 21 |
|                                             |          |              |                                    | Turizm İşletmeciliği (Burslu) (İngilizce)                  | 4  |
|                                             |          |              |                                    | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (%50 İndirimli)             | 25 |
| <b>İstanbul Esenyurt Üniversitesi</b>       | İstanbul | Esenyurt     | Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu    | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Burslu)                    | 5  |
|                                             |          |              |                                    | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (%50 İndirimli)             | 28 |
| <b>İstanbul Galata Üniversitesi</b>         | İstanbul | Beyoğlu      | Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Burslu)                    | 6  |

|                               |          |           |                                              |                                                           |    |
|-------------------------------|----------|-----------|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----|
| İstanbul Gedik Üniversitesi   | İstanbul | Kartal    | Mimarlık ve Tasarım Fakültesi                | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Ücretli)                  | 6  |
|                               |          |           |                                              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (%50 İndirimli)            | 47 |
|                               |          |           |                                              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Burslu)                   | 8  |
| İstanbul Gelişim Üniversitesi | İstanbul | Avcılar   | Güzel Sanatlar Fakültesi                     | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (%50 İndirimli)            | 59 |
|                               |          |           |                                              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Burslu)                   | 10 |
|                               |          |           |                                              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Ücretli)                  | 1  |
|                               |          |           | Uygulamalı Bilimler Fakültesi                | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (İngilizce)(%50 İndirimli) | 61 |
|                               |          |           |                                              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (%50 İndirimli)            | 43 |
|                               |          |           |                                              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Burslu)                   | 7  |
|                               |          |           |                                              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (İngilizce)(Burslu )       | 10 |
|                               |          |           | İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi | Turizm Rehberliği (%50 İndirimli)                         | 25 |
|                               |          |           |                                              | Turizm Rehberliği (Burslu)                                | 5  |
|                               |          |           |                                              |                                                           |    |
| İstanbul Kent Üniversitesi    | İstanbul | Kağıthane | Sanat ve Tasarım Fakültesi                   | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (İngilizce)(%50 İndirimli) | 17 |
|                               |          |           |                                              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (%50 İndirimli)            | 21 |
|                               |          |           |                                              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Burslu)                   | 4  |
|                               |          |           |                                              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (İngilizce)(Burslu )       | 3  |
|                               |          |           |                                              |                                                           |    |
| İstanbul Medipol Üniversitesi | İstanbul | Beykoz    | Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (%50 İndirimli)            | 68 |
|                               |          |           |                                              | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Burslu)                   | 12 |
| İstanbul Okan                 | İstanbul | Tuzla     | Uygulamalı                                   | Gastronomi ve                                             | 25 |

Turizm ve Destinasyon Araştırmaları VII

| Üniversitesi                  |          |         | Bilimler Fakültesi                            | Mutfak Sanatları (İngilizce) (%50 İndirimli)               |    |
|-------------------------------|----------|---------|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------|----|
|                               |          |         |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (%50 İndirimli)             | 25 |
|                               |          |         |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Burslu)                    | 5  |
|                               |          |         |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (İngilizce) (Burslu)        | 5  |
|                               |          |         |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (%50 İndirimli)             | 16 |
|                               |          |         |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Burslu)                    | 3  |
| İstanbul Rumeli Üniversitesi  | İstanbul | Silivri | Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi          | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Ücretli)                   | 1  |
|                               |          |         |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (%50 İndirimli)             | 56 |
|                               |          |         |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Burslu)                    | 10 |
| İstanbul Topkapı Üniversitesi | İstanbul | Fatih   | Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (İngilizce) (%50 İndirimli) | 25 |
|                               |          |         |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (%50 İndirimli)             | 49 |
|                               |          |         |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Burslu)                    | 9  |
|                               |          |         |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (İngilizce) (Burslu)        | 5  |
| İstinye Üniversitesi          | İstanbul | Sarıyer | Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi  | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (İngilizce) (%50 İndirimli) | 42 |
|                               |          |         |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (İngilizce) (Burslu)        | 7  |
|                               |          |         |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (%50 İndirimli)             | 59 |
|                               |          |         |                                               | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Burslu)                    | 11 |
| İzmir Ekonomi Üniversitesi    | İzmir    | Balçova | Uygulamalı Yönetim Bilimleri Yüksekokulu      | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (%25 İndirimli)             | 18 |
|                               |          |         |                                               | Gastronomi ve                                              | 7  |
|                               |          |         |                                               |                                                            |    |
| Kapadokya Üniversitesi        | Nevşehir | Uçhisar | Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu               |                                                            |    |
|                               |          |         |                                               |                                                            |    |
| Maltepe Üniversitesi          | İstanbul | Maltepe | Güzel Sanatlar Fakültesi                      |                                                            |    |
|                               |          |         |                                               |                                                            |    |

|                                                               |          |           |                                                           |                                                        |          |          |                                       |                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------|----------|-----------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|----------|----------|---------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|----|
| Nişantaşı<br>Üniversitesi                                     | İstanbul | Sarıyer   | Sanat ve<br>Tasarım<br>Fakültesi                          | Mutfak Sanatları<br>(Burslu)                           |          |          |                                       |                                                                     |    |
|                                                               |          |           |                                                           | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(Ücretli)         | 20       |          |                                       |                                                                     |    |
|                                                               |          |           |                                                           | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(%50 İndirimli)   | 67       |          |                                       |                                                                     |    |
|                                                               |          |           |                                                           | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(Burslu)          | 12       |          |                                       |                                                                     |    |
|                                                               |          |           |                                                           | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(Ücretli)         | 1        |          |                                       |                                                                     |    |
|                                                               |          |           | Uygulamalı<br>Bilimler<br>Yüksekokulu                     | Turizm<br>Rehberliği (%50<br>İndirimli)                | 27       |          |                                       |                                                                     |    |
|                                                               |          |           |                                                           | Turizm<br>Rehberliği<br>(Burslu)                       | 5        |          |                                       |                                                                     |    |
|                                                               |          |           |                                                           | Turizm<br>Rehberliği<br>(Ücretli)                      | 1        |          |                                       |                                                                     |    |
|                                                               |          |           |                                                           | Özyeğin<br>Üniversitesi                                | İstanbul | Çekmeköy | Uygulamalı<br>Bilimler<br>Yüksekokulu | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(İngilizce) (%50<br>İndirimli) | 30 |
|                                                               |          |           |                                                           |                                                        |          |          |                                       | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(İngilizce)<br>(Burslu)        | 9  |
| Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(İngilizce)<br>(Ücretli) | 24       |           |                                                           |                                                        |          |          |                                       |                                                                     |    |
| Otel Yöneticiliği<br>(İngilizce)<br>(Burslu)                  | 3        |           |                                                           |                                                        |          |          |                                       |                                                                     |    |
| Otel Yöneticiliği<br>(İngilizce) (%50<br>İndirimli)           | 17       |           |                                                           |                                                        |          |          |                                       |                                                                     |    |
| Toros<br>Üniversitesi                                         | Mersin   | Yenişehir | Güzel<br>Sanatlar,<br>Tasarım ve<br>Mimarlık<br>Fakültesi | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(%50 İndirimli)   | 25       |          |                                       |                                                                     |    |
|                                                               |          |           |                                                           | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(Burslu)          | 4        |          |                                       |                                                                     |    |
| Yaşar<br>Üniversitesi                                         | İzmir    | Bornova   | Uygulamalı<br>Bilimler<br>Yüksekokulu                     | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(%50 İndirimli)   | 36       |          |                                       |                                                                     |    |
|                                                               |          |           |                                                           | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(Burslu)          | 8        |          |                                       |                                                                     |    |
|                                                               |          |           |                                                           | Gastronomi ve<br>Mutfak Sanatları<br>(Ücretli)         | 12       |          |                                       |                                                                     |    |
|                                                               |          |           |                                                           | Turizm<br>Rehberliği<br>(İngilizce) (%50<br>İndirimli) | 18       |          |                                       |                                                                     |    |
|                                                               |          |           |                                                           |                                                        |          |          |                                       |                                                                     |    |

|                       |          |          |                                      |                                                            |    |
|-----------------------|----------|----------|--------------------------------------|------------------------------------------------------------|----|
| Yeditepe Üniversitesi | İstanbul | Ataşehir |                                      | Turizm Rehberliği (İngilizce) (Burslu)                     | 3  |
|                       |          |          |                                      | Turizm Rehberliği (İngilizce) (Ücretli)                    | 2  |
|                       |          |          | Güzel Sanatlar Fakültesi             | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (İngilizce) (%50 İndirimli) | 51 |
|                       |          |          |                                      | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (İngilizce) (Burslu)        | 10 |
|                       |          |          |                                      | Gastronomi ve Mutfak Sanatları (İngilizce) (Ücretli)       | 8  |
|                       |          |          | İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi | Turizm İşletmeciliği (İngilizce) (%50 İndirimli)           | 10 |
|                       |          |          |                                      | Turizm İşletmeciliği (İngilizce) (Burslu)                  | 5  |

### 3.4. Lisansüstü Düzeyinde Turizm Eğitiminin Durumu

Türkiye’de lisansüstü düzeyinde turizm eğitimi ilgili web sayfalarından elde edilen verilere göre, Deniz Turizmi, Deniz Turizmi ve Yat Kaptanlığı, Destinasyon Yönetimi, Doğa Turizmi ve Turizm Rehberliği, Ekoturizm, Ekoturizm Rehberliği, Gastronomi, Gastronomi ve Mutfak Kültürü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, İnanç Turizmi, İnanç Turizmi Rehberliği, Konaklama İşletmeciliği, Kültürel Miras Yönetimi, Kültürel Miras Yönetimi ve Turizm, Rekreasyon ve Turist Rehberliği, Rekreasyon Yönetimi, Sağlık Turizmi, Sağlık Turizmi İşletmeciliği, Seyahat İşletmeciliği, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği, Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği, Sürdürülebilir Turizm Yönetimi, Turist Rehberliği, Turizm İşletmeciliği, Turizm İşletmeciliği Uzmanlığı, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik, Turizm İşletmeciliği ve Sanat Tarihi, Turizm İşletmelerinde Liderlik ve Yönetim, Turizm Rehberliği, Turizm Teknolojileri ve İnovasyon, Turizm ve Otel İşletmeciliği, Turizm Yönetimi, Yiyecek İçecek Yönetimi ve Mutfak Sanatları

programları adı altında verilmektedir. Detaylı bilgiler Tablo 4'te verilmiştir.

**Tablo 4. Lisansüstü Düzeyinde Turizm Eğitiminin Durumu**

| Üniversite Adı                                         | İl        | İlçe        | Program Adı                    | Program Türü                  |
|--------------------------------------------------------|-----------|-------------|--------------------------------|-------------------------------|
| Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi | Adana     | Sarıçam     | Turizm İşletmeciliği           | Tezsiz Yüksek Lisans          |
|                                                        |           |             | Turizm İşletmeciliği           | Tezli Yüksek Lisans           |
| Afyon Kocatepe Üniversitesi                            | Afyon     | Merkez      | Turizm Rehberliği              | Doktora                       |
|                                                        |           |             |                                | Tezli Yüksek Lisans           |
|                                                        |           |             | Gastronomi ve Mutfak Sanatları | Tezsiz Yüksek Lisans (İÖ)     |
|                                                        |           |             |                                | Tezli Yüksek Lisans           |
| Akdeniz Üniversitesi                                   | Antalya   | Konyaaltı   | Gastronomi ve Mutfak Sanatları | Tezli Yüksek Lisans           |
|                                                        |           |             | Gastronomi ve Mutfak Sanatları | Doktora                       |
|                                                        |           |             | Rekreasyon Yönetimi            | Tezli Yüksek Lisans           |
|                                                        |           |             | Turizm İşletmeciliği           | Tezli Yüksek Lisans           |
|                                                        |           | Serik       | Turizm Rehberliği              | Doktora                       |
|                                                        |           |             |                                | Tezli Yüksek Lisans           |
|                                                        |           |             | Turizm İşletmeciliği           | Tezli Yüksek Lisans           |
|                                                        |           |             |                                | Tezli Yüksek Lisans           |
| Aksaray Üniversitesi                                   | Aksaray   | Merkez      | Turizm Rehberliği              | Tezli Yüksek Lisans           |
|                                                        |           |             |                                | Tezsiz Yüksek Lisans (İÖ)     |
| Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi                  | Antalya   | Alanya      | Gastronomi ve Mutfak Sanatları | Tezli Yüksek Lisans           |
|                                                        |           |             | Sağlık Turizmi                 | Tezli Yüksek Lisans           |
|                                                        |           |             |                                | Doktora                       |
|                                                        |           |             | Turizm İşletmeciliği           | Tezli Yüksek Lisans           |
|                                                        |           |             |                                | Tezsiz Yüksek Lisans (İÖ)     |
|                                                        |           |             |                                | Doktora                       |
| Anadolu Üniversitesi                                   | Eskişehir | Tepebaşı    | Gastronomi ve Mutfak Sanatları | Tezli Yüksek Lisans           |
|                                                        |           |             | Konaklama İşletmeciliği        | Tezsiz Yüksek Lisans (Online) |
|                                                        |           |             | Turizm İşletmeciliği           | Tezli Yüksek Lisans           |
|                                                        |           |             |                                | Doktora                       |
|                                                        |           |             | Turist Rehberliği              | Tezli Yüksek Lisans           |
| Ankara Hacı Bayram Veli                                | Ankara    | Yenimahalle | Gastronomi ve Mutfak Sanatları | Tezli Yüksek Lisans           |

|                                          |           |          |  |                                                                  |                                 |
|------------------------------------------|-----------|----------|--|------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| <b>Üniversitesi</b>                      |           |          |  | Rekreasyon Yönetimi                                              | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                          |           |          |  |                                                                  | Tezsiz Yüksek Lisans            |
|                                          |           |          |  | Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği                       | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                          |           |          |  |                                                                  | Tezsiz Yüksek Lisans            |
|                                          |           |          |  | Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği (Alişir Nevâyî Ortak) | Tezsiz Yüksek Lisans            |
|                                          |           |          |  |                                                                  | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                          |           |          |  |                                                                  | Tezli Yüksek Lisans (İngilizce) |
|                                          |           |          |  | Turizm İşletmeciliği                                             | Tezsiz Yüksek Lisans            |
|                                          |           |          |  |                                                                  | Tezsiz Yüksek Lisans (UÖ)       |
|                                          |           |          |  |                                                                  |                                 |
| <b>Atatürk Üniversitesi</b>              | Erzurum   | Yakutiye |  | Gastronomi ve Mutfak Sanatları                                   | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                          |           |          |  | Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik                                | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                          |           |          |  |                                                                  | Doktora                         |
| <b>Aydın Adnan Menderes Üniversitesi</b> | Aydın     | Efeler   |  | Gastronomi ve Mutfak Sanatları                                   | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                          |           |          |  |                                                                  | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                          |           |          |  | Turizm İşletmeciliği                                             | Tezsiz Yüksek Lisans (İÖ)       |
|                                          |           |          |  |                                                                  | Doktora                         |
|                                          |           |          |  | Yiyecek İçecek Yönetimi ve Mutfak Sanatları                      | Tezsiz Yüksek Lisans            |
| <b>Balıkesir Üniversitesi</b>            | Balıkesir | Merkez   |  |                                                                  | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                          |           |          |  | Gastronomi ve Mutfak Sanatları                                   | Tezsiz Yüksek Lisans            |
|                                          |           |          |  |                                                                  | Doktora                         |
|                                          |           |          |  | Turizm İşletmeciliği                                             | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                          |           |          |  |                                                                  | Doktora                         |
|                                          |           |          |  | Konaklama İşletmeciliği                                          | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                          |           |          |  | Turizm Rehberliği                                                | Tezli Yüksek Lisans             |
| <b>Batman Üniversitesi</b>               | Batman    | Merkez   |  |                                                                  | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                          |           |          |  | Turizm İşletmeciliği                                             | Tezsiz Yüksek Lisans (İÖ)       |
|                                          |           |          |  |                                                                  | Doktora                         |
|                                          |           |          |  | Turizm İşletmeciliği ve Sanat Tarihi                             | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                          |           |          |  | Kültürel Miras Yönetimi ve Turizm                                | Tezsiz Yüksek Lisans            |
|                                          |           |          |  | Rekreasyon                                                       | Tezsiz Yüksek Lisans            |

|                                              |           |          | Yönetimi                                   | Lisans (İÖ)               |
|----------------------------------------------|-----------|----------|--------------------------------------------|---------------------------|
|                                              |           |          | Turizm Rehberliği                          | Tezsiz Yüksek Lisans (İÖ) |
| <b>Boğaziçi Üniversitesi</b>                 | İstanbul  | Bebek    | Sürdürülebilir Turizm Yönetimi             | Tezli Yüksek Lisans       |
| <b>Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi</b>  | Bolu      | Merkez   | Gastronomi ve Mutfak Sanatları             | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                              |           |          | Turizm İşletmeciliği                       | Tezli Yüksek Lisans       |
| <b>Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi</b> | Burdur    | Merkez   | Turizm İşletmeciliği                       | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                              |           |          | Gastronomi ve Mutfak Sanatları             | Doktora                   |
|                                              |           |          | Gastronomi ve Mutfak Sanatları             | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                              |           |          | Gastronomi ve Mutfak Sanatları             | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                              |           |          | Kültürel Miras Yönetimi                    | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                              |           |          | Turizm İşletmeciliği                       | Tezli Yüksek Lisans       |
| <b>Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi</b>   | Çanakkale | Merkez   | Turizm İşletmeciliği                       | Tezsiz Yüksek Lisans      |
|                                              |           |          | Sağlık Turizmi                             | Tezsiz Yüksek Lisans      |
|                                              |           |          | Turist Rehberliği                          | Tezsiz Yüksek Lisans      |
|                                              |           |          | Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                              |           |          | Deniz Turizmi                              | Doktora                   |
| <b>Dokuz Eylül Üniversitesi</b>              | İzmir     | Alsancak | Deniz Turizmi ve Yat Kaptanlığı            | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                              |           |          | Gastronomi ve Mutfak Sanatları             | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                              |           |          | Turizm İşletmeciliği                       | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                              |           |          | İnanç Turizmi                              | Doktora                   |
|                                              |           |          | Ekoturizm                                  | Tezli Yüksek Lisans       |
| <b>Düzce Üniversitesi</b>                    | Düzce     | Konuralp | Sağlık Turizmi                             | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                              |           |          | Turizm İşletmeciliği                       | Doktora                   |
| <b>Ege Üniversitesi</b>                      | İzmir     | Bornova  | Turizm ve Otel İşletmeciliği               | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                              |           |          | Turizm İşletmeciliği                       | Tezli Yüksek Lisans       |

Turizm ve Destinasyon Araştırmaları VII

|                                                 |           |            |                                 |                           |
|-------------------------------------------------|-----------|------------|---------------------------------|---------------------------|
| <b>Erciyes Üniversitesi</b>                     | Kayseri   | Melikgazi  |                                 | Lisans                    |
|                                                 |           |            | Rekreasyon ve Turist Rehberliği | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |           |            | Turizm İşletmeciliği            | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |           |            |                                 | Doktora                   |
|                                                 |           |            | Sağlık Turizmi                  | Tezli Yüksek Lisans       |
| <b>Eskişehir Osmangazi Üniversitesi</b>         | Eskişehir | Odunpazarı |                                 | Tezsiz Yüksek Lisans      |
|                                                 |           |            | Gastronomi ve Mutfak Sanatları  | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |           |            | Turizm İşletmeciliği            | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |           |            |                                 | Doktora                   |
|                                                 |           |            | Turizm Rehberliği               | Tezsiz Yüksek Lisans (İÖ) |
| <b>Gaziantep Üniversitesi</b>                   | Gaziantep | Şahinbey   |                                 | Tezsiz Yüksek Lisans (İÖ) |
|                                                 |           |            | Gastronomi ve Mutfak Sanatları  | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |           |            | Turizm İşletmeciliği            | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |           |            |                                 | Tezsiz Yüksek Lisans      |
|                                                 |           |            |                                 | Tezsiz Yüksek Lisans (UÖ) |
| <b>Giresun Üniversitesi</b>                     | Giresun   | Merkez     | Ekoturizm Rehberliği            | Tezli Yüksek Lisans       |
| <b>Gümüşhane Üniversitesi</b>                   | Gümüşhane | Merkez     | Turizm İşletmeciliği            | Tezli Yüksek Lisans       |
| <b>Hacettepe Üniversitesi</b>                   | Ankara    | Çankaya    | Turizm İşletmeciliği Uzmanlığı  | Tezli Yüksek Lisans       |
| <b>Iğdır Üniversitesi</b>                       | Iğdır     |            | Eko turizm                      | Tezli Yüksek Lisans       |
| <b>Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi</b> | Isparta   | Çünür      | Turizm İşletmeciliği            | Tezli Yüksek Lisans       |
| <b>İskenderun Teknik Üniversitesi</b>           | Hatay     | İskenderun |                                 | Doktora                   |
|                                                 |           |            | Seyahat İşletmeciliği           | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |           |            | Turizm ve Otel İşletmeciliği    | Tezli Yüksek Lisans       |
| <b>İstanbul Medeniyet Üniversitesi</b>          | İstanbul  | Kadıköy    | Turizm İşletmeciliği            | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |           |            |                                 | Doktora                   |
|                                                 |           |            | Sağlık Turizmi İşletmeciliği    | Tezsiz Yüksek Lisans      |
| <b>İstanbul Üniversitesi</b>                    | İstanbul  | Fatih      | Turizm İşletmeciliği            | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |           |            |                                 | Doktora                   |
|                                                 |           |            |                                 | Tezli Yüksek Lisans       |
| <b>İzmir Katip Çelebi Üniversitesi</b>          | İzmir     | Çiğli      | Gastronomi ve Mutfak Sanatları  | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |           |            |                                 | Tezsiz Yüksek Lisans      |
|                                                 |           |            | Turist Rehberliği               | Tezli Yüksek Lisans       |

|                                    |            |        |                                   |                                 |
|------------------------------------|------------|--------|-----------------------------------|---------------------------------|
|                                    |            |        | Turizm İşletmeciliği              | Tezsiz Yüksek Lisans            |
|                                    |            |        |                                   | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                    |            |        |                                   | Tezli Yüksek Lisans (İngilizce) |
|                                    |            |        |                                   | Tezsiz Yüksek Lisans (İÖ)       |
|                                    |            |        |                                   | Tezsiz Yüksek Lisans (UÖ)       |
|                                    |            |        |                                   | Doktora (İngilizce)             |
|                                    |            |        |                                   |                                 |
| Karabük Üniversitesi               | Karabük    | Merkez | Gastronomi ve Mutfak Sanatları    | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                    |            |        |                                   | Doktora                         |
|                                    |            |        | Turizm İşletmeciliği              | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                    |            |        |                                   | Doktora                         |
| Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi | Karaman    | Merkez | Gastronomi ve Mutfak Sanatları    | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                    |            |        |                                   | Tezsiz Yüksek Lisans            |
|                                    |            |        | Rekreasyon Yönetimi               | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                    |            |        |                                   | Tezsiz Yüksek Lisans            |
|                                    |            |        |                                   | Doktora                         |
| Kastamonu Üniversitesi             | Kastamonu  | Merkez | Gastronomi ve Mutfak Sanatları    | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                    |            |        |                                   | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                    |            |        | Turizm İşletmeciliği              | Doktora                         |
|                                    |            |        | Turizm İşletmeciliği (İngilizce)  | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                    |            |        | İnanç Turizmi                     | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                    |            |        | Doğa Turizmi ve Turizm Rehberliği | Tezli Yüksek Lisans             |
| Kırklareli Üniversitesi            | Kırklareli | Merkez | Gastronomi ve Mutfak Sanatları    | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                    |            |        |                                   | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                    |            |        | Turizm İşletmeciliği              | Tezsiz Yüksek Lisans (UÖ)       |
|                                    |            |        |                                   | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                    |            |        | Turizm Rehberliği                 | Tezli Yüksek Lisans             |
| Kocaeli Üniversitesi               | Kocaeli    | İzmit  | Gastronomi ve Mutfak Sanatları    | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                    |            |        |                                   | Doktora                         |
|                                    |            |        | Turizm İşletmeciliği              | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                    |            |        |                                   | Doktora                         |
| Kütahya Dumlupınar Üniversitesi    | Kütahya    | Merkez | Gastronomi ve Mutfak Sanatları    | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                    |            |        |                                   | Tezsiz Yüksek Lisans (İÖ)       |
|                                    |            |        | Turizm ve Otel İşletmeciliği      | Tezli Yüksek Lisans             |
|                                    |            |        |                                   | Doktora                         |

Turizm ve Destinasyon Araştırmaları VII

|                                               |          |           |                                |                           |
|-----------------------------------------------|----------|-----------|--------------------------------|---------------------------|
| <b>Mardin Artuklu Üniversitesi</b>            | Mardin   | Artuklu   | Gastronomi ve Mutfak Sanatları | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                               |          |           | İnanç Turizmi Rehberliği       | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                               |          |           | Sağlık Turizmi                 | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                               |          |           |                                | Tezsiz Yüksek Lisans (İÖ) |
|                                               |          |           | Turizm İşletmeciliği           | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                               |          |           |                                | Doktora                   |
| <b>Mersin Üniversitesi</b>                    | Mersin   | Yenişehir | Turizm Rehberliği              | Tezsiz Yüksek Lisans (İÖ) |
|                                               |          |           | Gastronomi ve Mutfak Sanatları | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                               |          |           | Rekreasyon Yönetimi            | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                               |          |           | Turizm İşletmeciliği           | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                               |          |           |                                | Doktora                   |
|                                               |          |           | Turizm Rehberliği              | Tezli Yüksek Lisans       |
| <b>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi</b>        | Muğla    | Menteşe   |                                | Doktora                   |
|                                               |          |           | Turizm İşletmeciliği           | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                               |          |           |                                | Tezsiz Yüksek Lisans (İÖ) |
|                                               |          |           | Sağlık Turizmi İşletmeciliği   | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                               |          |           |                                | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                               |          |           | Turizm İşletmeciliği           | Tezsiz Yüksek Lisans (İÖ) |
| <b>Necmettin Erbakan Üniversitesi</b>         | Konya    | Meram     |                                | Doktora                   |
|                                               |          |           | Ekoturizm Rehberliği           | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                               |          |           |                                | Tezsiz Yüksek Lisans      |
|                                               |          |           | Gastronomi ve Mutfak Sanatları | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                               |          |           |                                | Tezsiz Yüksek Lisans      |
|                                               |          |           | Doktora                        |                           |
| <b>Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi</b> | Nevşehir | Merkez    | Rekreasyon Yönetimi            | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                               |          |           |                                | Doktora                   |
|                                               |          |           | Turizm İşletmeciliği           | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                               |          |           |                                | Tezsiz Yüksek Lisans      |
|                                               |          |           |                                | Doktora                   |
|                                               |          |           | Turizm Rehberliği              | Tezli Yüksek Lisans       |
| <b>Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi</b> | Nevşehir | Merkez    | Gastronomi ve Mutfak Sanatları | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                               |          |           |                                | Doktora                   |
|                                               |          |           | Turizm İşletmeciliği           | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                               |          |           |                                | Doktora                   |
|                                               |          |           | İnanç Turizmi                  | Tezli Yüksek              |

|                                                 |          |           |                                            |                           |
|-------------------------------------------------|----------|-----------|--------------------------------------------|---------------------------|
|                                                 |          |           |                                            | Lisans                    |
|                                                 |          |           |                                            | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |          |           | Turizm Rehberliği                          | Lisans                    |
|                                                 |          |           |                                            | Doktora                   |
|                                                 |          |           | Turizm Teknolojileri ve İnovasyon          | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |          |           |                                            | Tezsiz Yüksek Lisans      |
|                                                 |          |           |                                            | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |          |           | Destinasyon Yönetimi                       | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |          |           |                                            | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |          |           | Turizm İşletmeciliği                       | Tezsiz Yüksek Lisans (İÖ) |
| <b>Ondokuz Mayıs Üniversitesi</b>               | Samsun   | Atakum    | Turizm Rehberliği                          | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |          |           |                                            |                           |
| <b>Ordu Üniversitesi</b>                        | Ordu     | Altınordu | Gastronomi ve Mutfak Sanatları             | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |          |           |                                            |                           |
| <b>Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi</b>         | Osmaniye | Merkez    | Gastronomi ve Mutfak Sanatları             | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |          |           |                                            | Tezsiz Yüksek Lisans (İÖ) |
|                                                 |          |           |                                            |                           |
| <b>Pamukkale Üniversitesi</b>                   | Denizli  | Pamukkale | Gastronomi ve Mutfak Sanatları             | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |          |           | Turizm İşletmeciliği                       | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |          |           | Turizm Rehberliği                          | Tezli Yüksek Lisans       |
| <b>Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi</b>        | Rize     | Merkez    | Turizm İşletmeciliği                       | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |          |           | Turizm Rehberliği                          | Tezsiz Yüksek Lisans (İÖ) |
| <b>Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi</b> | Sakarya  | Serdivan  | Gastronomi Ve Mutfak Sanatları             | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |          |           |                                            | Doktora                   |
|                                                 |          |           | Turizm İşletmeciliği                       | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |          |           |                                            | Tezli Yüksek Lisans (İÖ)  |
|                                                 |          |           |                                            | Doktora                   |
| <b>Selçuk Üniversitesi</b>                      | Konya    | Selçuklu  | Turizm Rehberliği                          | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |          |           | Gastronomi ve Mutfak Sanatları             | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |          |           | Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |          |           | Turizm İşletmeciliği                       | Doktora                   |
|                                                 |          |           |                                            | Tezli Yüksek Lisans       |
| <b>Sinop Üniversitesi</b>                       | Sinop    | Merkez    | Turizm ve Otel İşletmeciliği               | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |          |           | Rekreasyon Yönetimi                        | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |          |           |                                            | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |          |           | Turizm İşletmeciliği                       | Tezsiz Yüksek Lisans      |
| <b>Sivas Cumhuriyet Üniversitesi</b>            | Sivas    | Merkez    | Gastronomi Ve Mutfak Sanatları             | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                 |          |           |                                            |                           |

Turizm ve Destinasyon Araştırmaları VII

|                                                |           |           |                                        |                           |
|------------------------------------------------|-----------|-----------|----------------------------------------|---------------------------|
|                                                |           |           |                                        | Tezsiz Yüksek Lisans (İÖ) |
|                                                |           |           | Sağlık Turizmi İşletmeciliği           | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                |           |           | Turizm İşletmeciliği                   | Tezli Yüksek Lisans       |
| <b>Süleyman Demirel Üniversitesi</b>           | Isparta   | Çünür     | Turizm İşletmeciliği                   | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                |           |           |                                        | Doktora                   |
| <b>Şırnak Üniversitesi</b>                     | Şırnak    | Merkez    | Ekoturizm Rehberliği                   | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                |           |           |                                        | Tezsiz Yüksek Lisans      |
| <b>Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi</b>        | Tokat     | Merkez    | Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik      | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                |           |           |                                        |                           |
| <b>Trakya Üniversitesi</b>                     | Edirne    | Merkez    | Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik      | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                |           |           |                                        | Tezsiz Yüksek Lisans (İÖ) |
|                                                |           |           |                                        | Doktora                   |
|                                                |           |           | Rekreasyon Yönetimi                    | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                |           |           |                                        |                           |
| <b>Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi</b>            | Van       | Tuşba     | Turizm İşletmeciliği                   | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                |           |           |                                        | Tezsiz Yüksek Lisans (İÖ) |
|                                                |           |           | Gastronomi Ve Mutfak Sanatları         | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                |           |           |                                        | Tezsiz Yüksek Lisans      |
| <b>Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi</b>    | Zonguldak | Merkez    | Disiplinler Arası Turizm İşletmeciliği | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                |           |           |                                        | Tezsiz Yüksek Lisans (İÖ) |
|                                                |           |           |                                        | Doktora                   |
| <b>VAKIF ÜNİVERSİTELERİ</b>                    |           |           |                                        |                           |
|                                                |           |           |                                        | Tezli Yüksek Lisans       |
| <b>Alanya Hamdullah Emin Paşa Üniversitesi</b> | Antalya   | Alanya    | Gastronomi ve Mutfak Sanatları         | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                |           |           |                                        | (İngilizce)               |
|                                                |           |           |                                        | Tezsiz Yüksek Lisans      |
|                                                |           |           |                                        | Tezsiz Yüksek Lisans      |
|                                                |           |           |                                        | (İngilizce)               |
| <b>Atılım Üniversitesi</b>                     | Ankara    | Gölbaşı   | Turizm İşletmeciliği                   | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                |           |           |                                        | Tezsiz Yüksek Lisans      |
| <b>Başkent Üniversitesi</b>                    | Ankara    | Etimesgut | Gastronomi ve Mutfak Sanatları         | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                |           |           |                                        | Tezsiz Yüksek Lisans      |
| <b>Haliç Üniversitesi</b>                      | İstanbul  |           | Turizm İşletmeciliği                   | Tezli Yüksek Lisans       |
|                                                |           |           |                                        | Tezsiz Yüksek Lisans      |
| <b>İstanbul Gedik</b>                          | İstanbul  | Kartal    | Gastronomi ve                          | Tezli Yüksek              |

|                                      |          |             |                                |                                                                                                                    |
|--------------------------------------|----------|-------------|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Üniversitesi</b>                  |          |             | Mutfak Sanatları               | Lisans<br>Tezsiz Yüksek Lisans                                                                                     |
| <b>İstanbul Gelişim Üniversitesi</b> | İstanbul |             | Gastronomi ve Mutfak Sanatları | Tezli Yüksek Lisans<br>Tezsiz Yüksek Lisans                                                                        |
|                                      |          |             | Gastronomi                     | Doktora                                                                                                            |
|                                      |          |             | Turizm Rehberliği              | Tezsiz Yüksek Lisans                                                                                               |
| <b>İstanbul Kent Üniversitesi</b>    | İstanbul | Beyoğlu     | Gastronomi ve Mutfak Sanatları | Tezli Yüksek Lisans<br>Tezsiz Yüksek Lisans<br>Doktora                                                             |
| <b>İstanbul Okan Üniversitesi</b>    | İstanbul | Tuzla       | Gastronomi                     | Tezli Yüksek Lisans<br>Tezsiz Yüksek Lisans<br>Tezli Yüksek Lisans (İngilizce)<br>Tezsiz Yüksek Lisans (İngilizce) |
|                                      |          |             | Turizm İşletmeciliği           | Tezli Yüksek Lisans<br>Tezsiz Yüksek Lisans                                                                        |
| <b>İstanbul Ticaret Üniversitesi</b> | İstanbul | Beyoğlu     | Turizm İşletmeciliği           | Tezli Yüksek Lisans<br>Tezsiz Yüksek Lisans                                                                        |
| <b>İstanbul Topkapı Üniversitesi</b> | İstanbul | Zeytinburnu | Gastronomi ve Mutfak Sanatları | Tezli Yüksek Lisans<br>Tezsiz Yüksek Lisans                                                                        |
| <b>İzmir Tınaztepe Üniversitesi</b>  | İzmir    | Buca        | Sağlık Turizmi                 | Tezli Yüksek Lisans<br>Tezsiz Yüksek Lisans                                                                        |
| <b>Kapadokya Üniversitesi</b>        | Nevşehir | Ürgüp       | Gastronomi ve Mutfak Sanatları | Tezli Yüksek Lisans<br>Tezsiz Yüksek Lisans                                                                        |
|                                      |          |             | Sürdürülebilir Turizm Yönetimi | Tezli Yüksek Lisans<br>Tezsiz Yüksek Lisans                                                                        |
|                                      |          |             | Turist Rehberliği              | Tezli Yüksek Lisans<br>Tezsiz Yüksek Lisans (Uzaktan)                                                              |
| <b>Nişantaşı Üniversitesi</b>        | İstanbul | Sarıyer     | Gastronomi ve Mutfak Sanatları | Tezli Yüksek Lisans<br>Tezsiz Yüksek Lisans                                                                        |

|                          |          |          |                                 |               |
|--------------------------|----------|----------|---------------------------------|---------------|
| Yeditepe<br>Üniversitesi | İstanbul | Ataşehir | Gastronomi ve<br>Mutfak Kültürü | Lisans        |
|                          |          |          |                                 | Tezli Yüksek  |
|                          |          |          |                                 | Lisans        |
|                          |          |          |                                 | Tezsiz Yüksek |
|                          |          |          |                                 | Lisans        |

#### 4. SONUÇLAR, TARTIşMA VE ÖNERİLER

Türkiye’de örgün eğitim kapsamında lise, ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeyde verilen turizm eğitiminin güncel mevcut durumunu tespit etmek çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Bu kapsamda; MEB ve YÖK web sayfalarında yer alan istatistiki veriler ve üniversitelerin ilgili web sayfalarından veriler derlenmiştir. Yapılan analizler sonucunda ilgili web sayfalarından elde edilen verilere göre lise düzeyinde eğitim alan; Yiyecek İçecek Hizmetleri alanında 93636 öğrenci ve Konaklama ve Seyahat Hizmetleri alanında 15238 öğrenci olmak üzere toplamda 108874 öğrenci tespit edilmiştir. İlgili web sayfalarından elde edilen verilere göre 2022 yılında ön lisans düzeyinde eğitim alan; 85 devlet üniversiteleri ve 34 vakıf üniversiteleri olmak üzere; Aşçılık programında 8526 öğrenci, İkram Hizmetleri programında 176 öğrenci, Kültürel Miras ve Turizm programında 709 öğrenci, Pastacılık ve Ekmekçilik programında 187 öğrenci, Sağlık Turizmi İşletmeciliği programında 279 öğrenci, Turist Rehberliği programında 1890 öğrenci, Turizm Animasyonu programında 221 öğrenci, Turizm ve Otel İşletmeciliği programında 7715 öğrenci ve Turizm ve Seyahat Hizmetleri programında 1929 öğrenci olmak üzere toplamda 21751 öğrenci tespit edilmiştir. İlgili web sayfalarından elde edilen verilere göre 2022 yılında lisans düzeyinde eğitim alan, 72 devlet üniversiteleri ve 36 vakıf üniversiteleri olmak üzere; Gastronomi ve Mutfak Sanatları programında 5521 öğrenci, Otel Yöneticiliği programında 20 öğrenci, Rekreasyon Yönetimi programında 1062 öğrenci, Seyahat İşletmeciliği programında 36 öğrenci, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği programında 114 öğrenci, Turizm İşletmeciliği programında 2506, Turizm Rehberliği programında 2059 öğrenci, Turizm ve Otel İşletmeciliği programında 36 öğrenci ve Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği programında 104 öğrenci olmak üzere toplamda 11609 öğrenci tespit edilmiştir. İlgili web sayfalarından elde

edilen verilere göre lisansüstü düzeyde verilen eğitim programlarında 56 devlet üniversiteleri ve 15 vakıf üniversiteleri olmak üzere 154 tezli yüksek lisans programı, 79 tezsiz yüksek lisans programı ve 48 doktora programı tespit edilmiştir. İlgili alanyazında daha önce yapılan çalışmalar incelendiğinde; lise düzeyinde verilen turizm eğitimi programlarında 1961-1962 yıllarında öğrenci sayısı 89 iken bu araştırmada yapılan tespitler sonucunda 108874 öğrenci sayısına ulaşılmıştır. Önlisans düzeyinde verilen turizm eğitimi programlarında 1983-1984 yıllarında öğrenci sayısı 1034 iken bu araştırmada yapılan tespitler sonucunda 21751 öğrenci sayısına ulaşılmıştır. Lisans düzeyinde verilen turizm eğitimi programlarında 1983-1984 yıllarında öğrenci sayısı 1079 iken bu araştırmada yapılan tespitler sonucunda 11609 öğrenci sayısına ulaşılmıştır. Lisansüstü düzeyinde verilen turizm eğitimi programlarında 1983-1984 yıllarında öğrenci sayısı 41 iken, 2022-2023 yıllarında 6970 öğrenci sayısı tespit edilmiştir ve bu araştırmada yapılan tespitler sonucunda ise lisansüstü düzeyde verilen eğitim programlarında resmi öğrenci sayısına ulaşılamamıştır.

Yapılan incelemeler sonucunda Türkiye’de örgün eğitim kapsamında lise, önlisans, lisans ve lisansüstü programlarında eğitim alan öğrenci sayılarının yıllar içinde hızla arttığı tespit edilmiştir ve gelecekte de artacağı öngörülmektedir. Bu artışın beraberinde birtakım olumlu ve olumsuz durumları meydana getirebileceğini söylemek mümkündür. Nitelikli işgücü yetiştiren eğitim programlarında görülen artış turizm sektörünün gelişmesine ve sektörün ihtiyaç duyduğu işgücünün karşılanmasına katkıda bulabilir. Ayrıca nitelikli işgücünün artması, sektörde yeni işletmelerin ve girişimlerin ortaya çıkmasına ve sektördeki rekabetin ve çeşitliliğin artmasına olanak tanıyabileceği söylenebilir. Ancak farklı açıdan bakıldığında turizm eğitimi alan öğrenci sayılarındaki plansız ve kontrolsüz artış istihdam zorluklarına, eğitim materyallerinin yetersiz kalmasına ve eğitim kalitesinin düşmesine sebebiyet vereceği düşünülmektedir. Artan öğrenci sayısı, eğitim kurumlarının fiziksel ve teknolojik kaynaklarının yetersiz kalmasına neden olabilir. Eğitim kurumları, fiziksel ve

teknolojik altyapılarını güçlendirerek öğrenci sayısının artışına uygun şekilde eğitim vermeye odaklanabilir. Öğrenci sayılarındaki artış beraberinde öğretmene ve öğretim elemanına olan ihtiyacı da gündeme getirecektir. Öğrenci-öğretmen/öğretim elemanı dengesinin kurulmasında öğretim elemanı yetiştirilmek için lisansüstü eğitim kademelerine ağırlık verilebilir. Farklı eğitim modelleri ile programların çeşitlenmesini sağlamak bu dengeyi sağlamaya yardımcı olabileceği düşünölmektedir. Bu öneriler ile turizm eğitimi programlarındaki hızla artan öğrenci sayısının olumsuz etkilerini azaltmaya yardımcı olabileceği öngörölmektedir. Bu çalışma turizm sektörüne yönelik sürdürölebilir eğitim politikalarının ve stratejilerinin belirlenmesine ve geliştirilmesine katkı sağlaması ağıısından önem arz etmektedir. Ayrıca turizm sektöründe nitelikli işgücü ihtiyacının, hizmet kalitesinin ve turist memnuniyetinin karşılanmasında önemli bir yere sahip olan turizm eğitimi ile sektörün gelecekteki gelişiminin takip edilmesinde önemli bir gösterge olarak kullanılabilmesine katkı sağlayacağı varsayılmaktadır. Sonraki araştırmacılar konu kapsamında daha güncel veriler kapsamında ve lisansüstü düzeyde detaylara da inerek araştırmalarını yürütebilirler.

## 5. KAYNAKÇA

**Akın, A., şimşek, M. Y. & Akın, A. (2012).** Turizm Sektörünün Ekonomideki Yeri ve Önemi. Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, 4(7), 63-81.

**Arslan, E. & Boylu, Y. (2014).** Türkiye'deki Turizm Eğitiminin Rakamsal Gelişmeler Ağıısından Değerlendirilmesi. Gazi Üniversitesi Turizm Faköltesi Dergisi, 1, 79-97.

**Ayikoru, M., Tribe, J. & Airey, D. (2009).** Reading Tourism Education Neoliberalism Unveiled. Annals of Tourism Research, 36(2), 191-201.

**Başkan, K., Gör, S. T. Ö. & Uygun, H. (2015).** Türkiye'de Lisans Düzeyindeki Turizm Eğitimi Potansiyelinin Bölge Konaklama İşletme Kapasitelerine Göre Değerlendirilmesi. I. Eurasia International Tourism Congress:

Current Issues, Trends, and Indicators, 28-30 Mayıs, ss.317-330, Konya.

**Dinçer F. İ., Akova, O. & Kaya, F. (2013).** Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı Öğrencilerinin Kariyer Planlaması Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Üniversitesi ve Gümüşhane Üniversitesi Örneği. 3.Uluslararası Meslek Yüksekokulu Sempozyumu, 2-4 Ekim, ss.42-56. Ardahan,

**Ertürk, M. (2023).** Cumhuriyet Dönemi'nde Turizm Eğitimi. Gaziantep University Journal of Social Sciences, 22(Cumhuriyet'in 100. Yılı Özel Sayısı), 679-699.

**Güçer, E. (2004).** Türkiye'deki Turizm Eğitimi ile Avrupa Birliği Üyesi Ülkelerdeki Turizm Eğitiminin Karşılaştırılması ve Sektörün Turizm Eğitiminden Beklentileri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

**Güney, D., Göller, V. & Çeken, H. (2017).** Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kırsal Turizm Algıları. Turizm Akademik Dergisi, 4(2), 19-27.

**Hacıoğlu, N., Kaşlı, M., Şahin, S. & Tetik, N. (2008).** Türkiye'de Turizm Eğitimi. Ankara: Detay Yayıncılık.

**Karacıl, G. (2018).** Türkiye'de Turizm Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin Yükseköğrenim Yaşam Doyumlarının Belirlenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.

**Koh, Y. K. (1994).** Tourism Education Fort the 90s. Annals of Tourism Research, 21, 853-855.

**Kozak, M. A. & Kızıllırmak, İ. (2001).** Türkiye'de Meslek Yüksekokulu Turizm-Otelcilik Programı Öğrencilerin Turizm Sektörüne Yönelik Tutumlarının Demografik Değişkenlere Göre Değişimi: Anadolu, Akdeniz ve Karadeniz Teknik Üniversitesi öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. Anadolu: Turizm Araştırmaları Dergisi, 12(1), 9-16.

**Milli Eğitim Temel Kanunu. (1973).** 1739 Nolu Kanun. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.1739.pdf>, 30.11.2023 tarihinde erişildi.

**Ongun, U. Gövdere, B. & Çelik, T. (2016).** Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kırsal Turizme Bakış Açılarının Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(17), 406-423.

**Özmenekşe, Y. O. (2021).** Türkiye'de Turizm Eğitiminin Niteliğine Akademik Bakış. Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 6(2), 72-82.

**Pehlivan, R. (2008).** Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Almakta Olan Öğrencilerin Sektör ile İlgili Tutumlarının Mezuniyet Sonrası Kariyer Seçimine Etkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.

**Sarı, F. (2007).** Türkiye'deki Turizm Eğitiminin Turizm Sektöründeki İstihdama Etkisi ve Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

**Solmaz, S. A. & Ulama, S. (2014).** Türkiye'de Turizm Eğitim-Öğretiminde Mevcut Durum Üzerine Analitik Bir Değerlendirme. I. International Congress of Tourism&Management Researches, 9-11 Mayıs, ss.97-115, Antalya.

**Türk Dil Kurumu (TDK). (2023).** Eğitim Kavramı. <https://sozluk.gov.tr/>, 21.11.2023 tarihinde erişildi.

**Üçüncü Turizm Şurası. (2017).** Turizm Sektörünün Özellikleri. 3. Turizm Şurası Tebliğ Kitabı, Ankara: Özel Matbası.

**Ünlüönen, K., Temizkan, R. & Eivazi Gharamaleki, M. R. (2010).** Turizm İşletmeciliği Öğretmenlik Programlarının Öğrenci Beklentileri ve Algılamaları Açısından Karşılaştırılması 1998-1999, 2003-2004 ve 2008-2009 Öğretim Yılları. Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 2, 144-159.

# **TURİZM VE DESTİNASYON ARAŞTIRMALARI**

**VII**

## **BÖLÜM III**

---



# GIDA NEOFOBİSİ BAĞLAMINDA SOKAK LEZZETLERİ VE GASTRONOMİ TURİZMİ

**Yusuf ÇUHADAR**

Doktor Öğretim Üyesi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi,  
yusuf.cuhadar@bilecik.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-1765-9675

## 1. GİRİŞ

Bireylerin yiyecek ve içecek üzerinde yaptıkları tercihleri; beslenme eğilimleri, kimlikleri, sosyokültürel yapıları ve yaşadıkları coğrafya hakkında bilgi sunmaktadır. Beslenme eğilimlerinin anlaşılması bağlamında bireylerin tercihlerine etki eden faktörlerin araştırılması önem arz etmektedir. Günümüzde bireyler beslenmeyi yalnızca açlık giderici bir ihtiyaç unsuru olarak görmemektedir. Bireyler beslenme olgusunu zevk alma meselesine dönüştürmüştür. Bu kapsamda bireylerin birçoğu yeni tatlar deneyimleme, öğrenme ve çeşitli mecralarda bunları paylaşma eğilimindedirler. Son yıllarda, özellikle gastronominin gelişme göstermesiyle yeni akımlar, tatlar ve pişirme teknikleri gün ışığına çıkmış böylelikle insanlığın dikkati bu yönde toplanmaya başlamıştır (Çuhadar, 2024: 118). Yenilik ve değişim insan oğlunun tarihinde olmazsa olmaz iki unsurdur. Yiyecek ve içecek sektörü bu iki unsurdan ön çok etkilenenlerdendir (Yiğit & Doğdubay, 2017). Söz konusu bu sektörde farklı ve yeni nesil gıdaların ortaya çıkması, insanların bu gıdalarla buluşmasını ve bu gıdaları tüketmesini sağlamaktadır. Ama bazen insanların bu gibi yeni ve farklı gıdaları benimsememe, bu yiyeceklerle karşı şüpheli davranma gibi duygular gösterebilmektedirler. Bu bağlamda gıda neofobisi konusu akla gelmektedir. Gıda neofobisi; gıdalara karşı rahatsızlık hissi duyma, gıdaları yemekten kaçınma için gıdaya karşı olumsuz tutum geliştirme ve yeni gıdalara karşı isteksizlik hali oluşturma olarak ortaya çıkmaktadır (Pliner & Hobden, 1992; Raudenbush & Capiola, 2012). Yeni gıdalara yönelik tercihleri

etkileyebildiğinden, gıda neofobisinin tüketicilerin gıda seçimleri üzerindeki potansiyel etkisini anlamak, sokak lezzetleri ve gastronomi turizmi için de önemli hale gelmektedir. Çünkü sokak lezzetleri ve gastronomi turizmi, dünya genelinde hızla büyüyen, alternatif turizmde çığır açan ve kültür turizmi kapsamında önemli bir pazarlama unsuru olan bir konuma gelmiştir.

## 1.1. İlgili Alanyazın

### 1.1.1. Sokak lezzetleri

İnsanlar ve onu oluşturan toplumlar belirli bir zaman geçtikçe kendilerine özgü yiyecek ve içecek kültürü oluştururlar. Yiyecek ve içecek kültürü insanların en temel gereksinimlerinden biridir. Farklı tarzlarda ve farklı ortamlarda insanları yiyecek ve içecek faaliyeti içinde tüketime sevk eder. Bu tüketim faaliyeti içinde sokak lezzetleri de bulunmaktadır. Sokakların ve şehirlerin kimyasında bulunan sembolik yiyecekler, sokak lezzetleri olarak adlandırılmaktadır (Altunbağ, & Yılmaz, 2019). Gıda ve Tarım Örgütü FAO (Food and Agricultural Organization), 1986 yılında sokak lezzetleri kavramının tanımını yapmıştır. Endonezya da bulunan Jakarta şehrinde gerçekleştirilen “Asya’daki Sokak Yemekleri Bölgesel Çalıştayı” buna vesile olmuştur. (FAO, 1986). Sokak lezzetleri besleyici ve ucuz olarak tasvir edilen gıdalardır (Mosupye & von Holy, 1999). Başka bir deyişle sokak lezzetleri *“bir satıcı tarafından hazırlanıp; taşınabilir açık hava tezgahında, modifiye edilmiş motorlu/motorsuz araçlarda, sepetlerde, basit ve portatif direkler etrafına çevrilmiş geçici duvarlara sahip ve benzeri yerlerde satışa sunulan yiyeceklerdir”* (Tinker 1987; Draper, 1996). Sokak lezzetleri mahalle aralarında, istasyonlarda, okulların civarlarında, eğlence yerlerinde ve halka açık rekreasyon alanlarında satılan gıdalardır (Ceyhun Zengin & Şanlıer, 2016). Sokak lezzetleri, üretici ya da satıcı tarafından hazırlanan, fazla işlem yapmadan daha sonra ya da hemen tüketmek için kalabalık kamuya açık alanlarda, sokaklarda, mahalle aralarında satılan yiyecek ve içecekler olarak tanımlanmaktadır (World Health Organisation, 1996). Tarihi kaynaklar incelendiğinde sokak lezzetleri eski çağlardan

beri var olduğu bilinmektedir. Sokak lezzetleri orta çağda gerçekleştirilen çeşitli turnuvalarda, fuarlarda, kısacası toplumun var olduğu coğrafik alanda gerçekleşen rekreatif aktivitelerde insanlara satılmıştır. Hatta seyyarda satış yapan kişiler yulaf lapası, güveç ve fırınlanmış diğer gıda ürünleri satabilmek için çubuklarını kullanmışlardır (Von Bargen, 2016). Bireyler, neredeyse insanlık tarihi boyunca sokakta satılan ve genel olarak ayaküstü tüketilen yiyecek ve içeceklerle ilgi göstermekte ve fırsatını buldukça bu lezzetleri tadımlamaktadırlar (Çavuşoğlu & Çavuşoğlu, 2018). Dünyadaki yerel sokak gıdalarını incelediğimizde; Amerika'da hot-dog, Orta Asya, Çin, Kore ve Güneydoğu Asya'da kızartılmış böcekler, Venezuela'da mısır bazlı arepalar, Rusya'da köfte, Hindistan'daki samosa, Meksika'daki Taco, Japonya'daki takoyaki Türkiye'deki simit, kebab, vb. gıdalar göze çarpmaktadır (Kraig & Sen, 2013).

### 1.1.2. Gastronomi Turizmi

Gastronomi, kelimesi Yunanca' da mide anlamına gelen “gastros” ve kural anlamına gelen “nomos” kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır (Scarpato, 2002). Yunanlı filozof Archestratus'un M.Ö. 4. yüzyılda gastronomi kelimesini ilk olarak “Gastronomia” ismini verdiği rehber niteliğinde olan Akdeniz'deki yiyecek ve içecekleri anlattığı kitaba dayanmaktadır (Santich, 2004). Gastronomi genel olarak gıda ve beslenmenin sanatla evrimleştirilmesi olarak tanımlanmaktadır (Akyürek & Zeybek, 2018). Başka bir deyişle gastronomi; *“temelinde belirli kültürlerin yansıması olan, yemek hazırlama, pişirme, sunum ve yeme-içme deneyimiyle ilgili bir sanat ve bilim dalı”* şeklinde tanımlamak mümkündür (Sarıışık & Özbay, 2015). Daha kapsamlı bir tanımda gastronomi; gıdaların, besinlerin, yiyecek ve içeceklerin tarihsel süreci göze alınarak niteliklerinin araştırılmasını, yemeklerin üretim kademelerinin tespitini, bölgesel veya ülkesel unsurlara göre yemek yapma tekniklerini içeren ve yemeklerin sosyo-ekonomik yönlerini araştıran bir bilim dalıdır (Santich, 2004; Kivela & Crotts, 2006; Chaney & Ryan, 2012). Gastronomi; müzik, fizik, felsefe, kimya, psikoloji, edebiyat,

biyoloji, sosyoloji, jeoloji, ekonomi, tarih, coğrafya, el sanatları ve antropoloji gibi birçok disiplinler ile ilgili bir anlayış ve değerlendirmeyi içeren (Sarışık & zbay, 2015), hem sosyal bilimlerinden hem de fen bilimlerinden faydalanan bir bilim dalıdır (Dilsiz, 2010:3). Gastronomi turizmi ana çekim faktör olarak gastronomik unsurların oluşturduğu turistik ürün çeşidi olarak tanımlanmaktadır (Yıldız, 2016). Alternatif turizm bağlamında kitlesel turizm aktiviteleri dışında, bütün turizm etkinliklerinin odağında yer alan aynı anda başlı başına bir turizm çeşidi olan gastronomi turizmi tüm dünyada hızla gelişme göstermektedir. Aynı zamanda bu turizm çeşidi dünyada gün geçtikçe hızla büyüyen kültür turizmi pazarının önemli bir faktörü konumundadır. Gastronomi turizmi hem sosyo-ekonomik kalkınmaya hem de uluslararası iletişime kayda değer katkı sağlamaktadır (Yun ve ark., 2011). Gastronomi turizmi özünde ya gerçek bir özelliği olan yemek çeşidini deneyimlemek ya da bir yemeğin üretim aşamasını görmek maksadıyla, yemek festivallerini, yiyecek üreticilerini, özel alanları ve restoranları ziyaret etmektir (Hall ve ark., 2003). Bu bağlamda belli özelliğe sahip yemeği tatmak, ünlü bir şefin elinden yiyecek yemek ve yemeklerin değişik üretim kademelerini görmek ele alınabilir. Bunların dışında günlük olarak sıradan bir restorana gitmek ve orda tüketim faaliyetinde bulunmak gastronomi turizmi kapsamına girmemektedir. Bir yörenin yemekleri o yörenin seçimine ve o bölgeye giden turistin yaşadığı deneyim üzerinde kayda değer etkiye sahiptir (Mckercher ve ark., 2008).

### **1.1.3. Gıda Neofobisi**

Etimolojik olarak incelendiğinde neofobi kelimesinin kökeni Yunanlılara dayanmaktadır. Sözü geçen kelime Yunancada “neos” ve “-phobia” kelimelerinin yani “yeni” ve “korku” kelimelerinin birleşmesiyle ortaya çıkmıştır (Kaplan, 2018: 51). Literatür tarandığında “yeni bir yiyeği denemekten kaçınma” diye atfedilmiş neofobi kavram, 20. yüzyılın sonlarından günümüze değin genel manada gıda neofobisi üzerine çalışılmış (Birch ve ark., 1987; Pliner & Hobden, 1992: 105; Galloway ve ark., 2003; Knaapila ve ark., 2007: 573;

Henriques ve ark., 2009: 83; Alley & Potter, 2011: 707) olsa da psikoloji yazınında belirli bir olay veya yenilikten aşırı derecede korkma ya da memnuniyetsiz olma durumu olarak açıklanmıştır (Brazier, 2017). Başka taraftan *“Bireyi yeni ve alışmadığı her şeyden dehşet duyarcasına korkması ve bir türlü eski alışkanlıklarını terk edemez hale getirmesi gibi sonuçlar doğuran psikolojik kaynaklı rahatsızlık”* (Bozkurt, 2015: 102) olarak tanımlanan neofobi kavramı yeni olaydan kaçma anlamında da açıklanmaktadır (Pliner & Hobden, 1992). Gıda neofobisi, alışılmadık ya da yeni gıdaları tecrübe etmeye yönelik gönülsüzlük durumudur. Gıda ürünlerinin kabul edilebilirliği, tercih etme ve seçim yapma üzerinde olağan üstü bir etkiye sahiptir. Gıdalara neofobik yaklaşım gösteren nihai tüketiciler gıda tüketiminde yok denecek kadar az haz almakta ve yeni gıdalara karşı aksi bir tavır göstermektedirler (Çuhadar, 2024). Endişe yaratma seviyesinde yeni olaylar, insanların neofobi eğilimi gerçekleştirmesinde etkili olmaktadır (Pliner & Hobden, 1992). Yeni bir olayın reddedilmesinde ya da kabul edilmesinde insanların ehil olduğu bazı faktörler vardır. Bunlar; yaş, cinsiyet, milliyet, gelir düzeyi, eğitim düzeyi, beslenme, bilgi, pişirme becerisi, yaratıcılık, tat, görünüm, doku, maliyet, yiyeceğin türü, hazırlama yöntemi, şekli ve kullanılan baharatlar, hijyen, psikolojik faktörler, davranışsal faktörler, yenilik arayışı içerisinde bulunma, yeniliğe karşı aşinalık, bireyin sahip olduğu statü ve özellikleri, kişisel değerler, kültürel farklılıklar, saygınlık kazanma arzusu, tecrübe edinme isteği, davranış kalıpları ve yeni durumlara karşı tutumlar etkili olmaktadır (Randall & Sanjur, 1981; Pliner & Hobden, 1992; Tuorila ve ark., 2001; Wejnert, 2002; Leppard & Cox, 2003; Wadolowska ve ark., 2008; Stratton ve ark., 2015; Üzülmöz, 2018; Flight & Sivrikaya, 2019)

## **2. SONUÇLAR, TARTIŞMA VE ÖNERİLER**

Beslenme alışkanlıklarının anlaşılması bağlamında bireysel gıda seçimlerini etkileyen faktörlerin incelenmesi önemli bir faktördür. Bir dizi farklı unsur tarafından hem gıda ürününün hem de bireyin özelliklerine ilişkin insan beslenme davranışı yönlendirilmektedir. Bireyin ürüne yaklaşırken ve onu

tüketirken yaşadığı deneyimi yönlendirmede gıdanın duyuşsal özellikleri temel bir etkindir. Kişilerin motivasyonel ve bilişsel unsurlar tarafından yeme davranışları temsil edilmektedir. Hayatın her alanında olduğu gibi beslenme ya da yiyecek içecekten yararlanma, turizm alanında ve sokak lezzetlerinde kendine yer etmiştir. Günümüzde turizmin tamamlayıcı ürünlerinin başında yiyecek ve içecek de gelmektedir. Selwood'a (2004) göre hangi turizm türü olursa olsun içerisinde yiyecek içecek faaliyetlerinin de olması gereklidir, çünkü yiyecek içecek tüketimi insanların temel bir gereksinimdir. Gastronomi turizmi ve sokak lezzetleri son senelerde dünya genelinde hemen hemen tüm destinasyonlarda önem arz ettiği bilinmektedir. Turistik destinasyonlar bu bağlamda yalnızca doğal ve tarihi çekicilik unsurlarıyla değil gastronomik unsurlarıyla da ön planda olmayı amaçlamaktadır. Gastronomi turizmi ve sokak lezzetleri faaliyetlerine katılan bireylerin ilk bakışta ki motivasyon unsuru yemektir. Ama bunun yanında yiyecek ve içeceklerin üretim yerleri, müzeler, abideler, eserler, mitler, gıdayla alakalı pazarlar da motivasyon kaynağını oluştururlar. Destinasyon bağlamında bireylerin gıda tercihlerini etkileyen değişik faktörler vardır. Kişilerin farklı ve yeni gıdalara karşın ön yargılı davranması gıda neofobisi olarak tanımlanır. Neofobik eğilimi olan bireyler destinasyon bölgesinde bulunan ve o kültüre ait gıdalardan ziyade, bildikleri gıdaları yemeyi seçmektedirler. Yani neofobi denilen kavram bireylerin yemek tercihlerini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Türker & Akmanoğlu (2022) yaptıkları çalışmada yeni yemek tecrübesinin hijyen, din, kültür vb. gibi hallerden etkilendiği söylemiştir. Çalışma, yiyecek neofobisi durumunun gastronomi turizmi üzerinde olumsuzluk yarattığını belirtmiştir. Gastronomi turizminin gelişim, değişim ve özellikle de gastronomi turizmi talep noktasında kayda değer bir azalmaya neden olabileceğini savunmuştur. Başka bir çalışmaya Keskin & Sezen (2020) göre yaş, eğitim seviyesi ve gelirin bireylerin neofobik davranışlarında etkilenme olacağını ileri sürmüştür. Bu durumda sokak lezzetleri ve gastronomi turizmi olumsuz yönde etkilenir. Hsu (2014) yaptığı çalışmada gıda neofobisinin, öznel

norm-satın alma niyeti ve tutum-satın alma niyeti arasındaki ilişkide belirleyici rol oynadığını ortaya çıkarmaktadır. Yine başka bir çalışmada Kim ve arkadaşları (2013) bireylerin kişilik özelliklerinin, duygusal yaklaşımlarının, yiyecek-içecek satın alma niyeti üzerinde etken faktör olduğu neticesine ulaşılmıştır. Bu ve buna benzer birçok araştırma aslında gıda neofobisi konusunun sokak lezzetlerini ve gastronomi turizmini oldukça etkilemektedir. Bu sonuç ışığında bazı önlemler alınması şart olmuştur.

Gıda neofobisi bilindiği üzere yeni bir yiyeceği denemekten kaçınmadır. Bu bağlamda yeni yiyecek deneme olumsuzluk yaratacak şeylerin başında sağlık ve hijyenle ilgili endişeler gelmektedir. Bu manada gastronomi işletmeleri ve özellikle sokak lezzeti sunan kişiler temizlik ve hijyene gereğince dikkat etmelidirler. İşletmesinde yenilik arayanlar, füzyon mutfak geliştirenler ve yenilikçi konsept yapmak isteyenler, potansiyel tüketicilerin yeni yiyecek deneme korkularını dikkate alarak hareket etmelidirler. Yani bu girişimde bulunan işletmeler, bireylerin gıda tüketimini etki altına alan faktörleri iyi bir şekilde kavramaları gerekmektedir. Ayrıca sokak lezzetleri ile gastronomik lezzetler sunan işletmeler gıda neofobisi olan bireyleri yaptıkları özgün lezzetleri denemeye teşvik etmek gayesiyle gıda imajı çalışmaları yapmalıdırlar. Sokak lezzetleri ve gastronomi turizmi özünde yemeği tatmadan önce onun nasıl ve ne gibi şartlarda yapıldığını gözlemlemek önem arz etmektedir. Yeni yiyecekler deneme konusunda tereddütleri olan kişiler için, yemeğin yapım aşamasında detaylı bir şekilde fotoğraflarının çekilmesi, tanıtımının yapılması ve videolarının yayınlanması faydalı olacaktır. Ayrıca misafirlerin korkularının yenebilmesi için deneme amaçlı ikramlar bulunula bilinir. Bu bağlamda tüketicilerin ön yargıları bir nebze kırılabilir. Tabi ki de gerek duyuldukça hizmet içi eğitimler düzenleme de unutulmamalıdır. Bu bağlamda yerel yönetimler ve kurumlarca çeşitli denetlemeler yapılmalıdır. Satışı gerçekleştirilen sokak lezzetleri ve gastronomik unsurların sunumuna aynı zamanda tadına belirli standartlar getirilmelidir. Bu bağlamda anlatılan bu olayların sürdürülebilir olması gerekmektedir. Mesleğe özgü

kıyafet şartları getirilmeli ve bunun yanında seyyar sokak lezzeti arabaları belli standartta kovuşturulmalıdır. Son olarak kendine özgü birden fazla sokak lezzeti ya da gastronomik unsur sunan üreticileri bir araya getirerek değişik bir ambiyans yaratıla bilinir. Böylece tüketim artar, tercih edilebilir olur ve değişik bir kùltür oluşur.

### 3. KAYNAKÇA

**Akyürek, S. & Zeybek, H. İ. (2018).** Gümüşhane İlinin Gastronomi Turizmi Açışından Değerlendirilmesi. *Social Sciences Studies Journal*, 4(15), 869-882.

**Alley, T. R. & Potter, K. A. (2011).** Food Neophobia And Sensation Seeking. (Edt.: Preedy, V. R., Watson, C. & Martin, C. R.). In: *Handbook Behavior: Food and Nutrition*, pp.707-724. UK: Springer.

**Altunbağ, E. & Yılmaz, H. (2019).** Sokak Satıcılarına Göre Sokak Lezzetleri. *Ulusal-Uluslararası Turizm Kongresi*, ss.437-443

**Birch, L. L., Mcphee, L., Shoba, B. C., Pirok, E. & Steinberg, L. (1987).** What Kind of Exposure Reduces Children's Food Neophobia? Looking vs. Tasting. *Appetite*, 9(3), 171-178.

**Bozkurt, Ö. (2015).** Sosyal Hizmet İşletmelerinde Yenilik Yönetimi. *Süleyman Demirel Üniversitesi, Vizyoner Dergisi* 6(15), 89-106

**Brazier, Y. (2017).** Phobias: Symptoms, Types, Causes, and Treatment, *Medical News Today*. <https://www.medicalnewstoday.com/articles/249347>, E.T.: 01.02.2024.

**Ceyhun Sezgin, A. & şanlıer, E. (2016).** Street Food Consuption in Terms of the Food Safety and Health. *Journal of Human Science*, 13(3), 4072-4083,

**Chaney, S. & Ryan, C. (2012).** Analyzing the Evolution of Singapore's World Gourmet Summit: An Example of

Gastronomic Tourism. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 309-318.

**Çavuşoğlu, M. & Çavuşoğlu, O. (2018).** Gastronomi Turizmi ve Kıbrıs Sokak Lezzetleri Üzerine Bir Araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 637-651.

**Çuhadar, Y. (2024).** Gıda Neofobisi ile İlgili Akademik Yayınların Vosviewer ile Bibliyometrik Analizi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 21(1), 116-132.

**Dilsiz, B. (2010).** Türkiye’de Gastronomi ve Turizm: İstanbul Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

**Draper, A. (1996).** Street Foods in Developing Countries: The Potential for Micronutrient Fortification. *London School of Hygiene and Tropical Medicine*, 1-60.

**FAO. (1986).** Regional Workshop on Street Foods in Asia. Jakarta, Indonesia.

**Flight, I., Leppard, P. & Cox, D. N. (2003).** Food Neophobia and Associations with Cultural Diversity and Socio-Economic Status Amongst Rural and Urban Australian Adolescents. *Appetite*, 41, 51-59.

**Galloway, A. T., Lee, Y. & Birch, L. L. (2003).** Predictors and Consequences of Food Neophobia and Pickiness in Young Girls. *Journal of the American Dietetic Association*, 103(6), 692-698.

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

**Henriques, A. S., Silva, C. K. & Herbert, L. M. (2009).** Consumer Segmentation Based on Food Neophobia and its Application to Product Development Food Quality and Preference, 20, 83-91.

**Hsu, F. C. (2014).** Food Tourism: Consumer Behaviour in Relation to Traditional Food. Unpublished Doctorate Thesis. The University of Queensland, Australia.

**Kaplan, A. (2018).** Gastronomi Turistlerinin Gıda Seçiminde Neofobi-Neofili Etkisi. Yayınlanmaı Yüksek Lisans Tezi. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.

**Keskin, E. & Sezen, N. (2020).** Restoranları Deneyimleyen Misafirlerin Neofobi ve Neofili Düzeylerinin Belirlenmesi: Kapadokya Örneği. Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(2), 1592-1606.

**Kim, Y. G., Eves, A. & Scarles, C. (2013).** Empirical Verification of A Conceptual Model of Local Food Consumption at A Tourist Destination. International Journal of Hospitality Management, 33, 484-489.

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

**Knaapila, A., Tuorilla, H., Silventoinen, K., Keskitalo, K., Kallela, M., Wessman, W., Peltonen, L., Cherkas, L. F., Spector, T. D. & Perola, M. (2007)** Food Neophobia Shows Heritable Varition in Humans. Physiology and Behavior, 91, 573-578.

**Kraig, B. & Sen, C. T. (2013).** Street Food Around the World. California: Abc-Clio.

**Mckercher, B., Okumuş, F. & Okumuş, B. (2008).** Food Tourism As A Viable Market Segment: It's All How You Cook the Numbers. Journal of Travel&Tourism Marketing, 25(2), 137-148.

**Mosupye, F. & Von Holy, A. (1999).** Microbiological Quality and Safety of Ready to Eat Street-Vended Foods in Johannesburg, South Africa. Journal of Food Protection, 62,1278-1284.

**Pliner, P. & Hobden, K. (1992).** Development of A Scale to Measure the Trait of Food Neophobia in Humans. *Appetite*, 19, 105-120.

**Randall, E. & Sanjur, D. (1981).** Food Preferences: Their Conceptualization and Relationship to Consumption. *Ecology of Food and Nutrition*, 11(3), 151-161

**Raudenbush, B. & Capiola A. (2012),** Physiological Responses of Food Neophobics and Food Neophilics to Food and Non-Food Stimuli. *Appetite*. 58(3), 1106-1108.

**Santich, B. (2004).** The Study of Gastronomy and Its Relevance to Hospitality Education and Training. *International Journal of Hospitality Management*, 23(1), 15-24.

**Sarıışık, M. & Özbay, G. (2015).** Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 264-278.

**Scarpato, R. (2002).** Sustainable Gastronomy as A Tourist Product. (Edt.: Hjalager, A. M. & Richards, G.). In: *Tourism and Gastronomy*. Pp.132-152. UK: Routledge Advances in Tourism.

**Selwood, J. (2004).** The Lure of Food: Food As An Attraction in Destination Marketing in Manitoba, Canada. In: *Food Tourism Around the World*. pp.178-191. UK: Routledge.

**Sivrikaya, K. K. (2019).** Gıda Neofobisi ve Heyecan Arama Kişilik Özelliklerinin Yabancı Turistlerin Geleneksel Türk Yemeklerini Satın Alma Niyetine Etkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

**Stratton, L. M., Vella, M. N., Sheeshka, J. & Duncan, A. M. (2015).** Food Neophobia is Related to Factors Associated with Functional Food Consumption in Older Adults. *Food Quality and Preference*, 41, 133-140

**Tinker, I. (1987).** Street Foods. *Current Sociolog*, 35, 1-110.

**Tuorila, H., Lahteenmaki, L., Pohjalainen, L. & Lotti, L. (2001).** Food Neophobia Among the Finns and Related Responses to Familiar and Unfamiliar Foods. Food Quality and Preference, 12(1), 29-37.

**Türker, N. & Akmanoğlu, E. (2022).** Yeni Yiyecek Fobisi ve Gastronomi Turizminin Gelişmesine Etkisi: Kalitatif Bir Çalışma. Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research, 6(1), 177-198.

**Üzülmez, M. (2018).** Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Seçim Motivasyonlarının Neofobi ve Neofili Düzeylerine Göre İncelenmesi: İstanbul'da Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

**Von Barga, H. (2016).** Street Food. New Jersey: John Wiley Sons.

**Wadolowska, L., Zielinska, E. B. & Czarnocinska, J. (2008).** Food Choice Models and Their Relation with Food Preferences and Eating Frequency in the Polish Population: Pofpres Study. Food Policy, 33(2), 122-134.

**Wejnert, B. (2002).** Integrating Models of Diffusion of Innovations: A Conceptual Framework. Annual Review of Sociology, 28, 297-326.

**World Health Organisation. (1996).** Essential Safety Requirements for Street-Vended Foods. (Revised Edition). Who/Fao Food Safety Unit-Division of Food and Nutrition, Geneva.

**Yıldız, Ö. E. (2016).** Turistik Ürün Olarak Gastronomi. (Edt.: Kurgun, H. & Bağırın Özşeker, D.). İçinde: Gastronomi ve Turizm. ss.27-44. Ankara: Detay Yayıncılık..

**Yiğit, S. & Doğdubay, M. (2017).** Gastronomi Eğitimi Alan Öğrencilerde Yiyecekte Yenilik Korkusu (Food Neophobia): Balıkesir Üniversitesi Örneği. Journal of Tourism&Gastronomy Studies, 5(Special Issue 2), 162-168.

**Yun, D., Hennessey, S. M. & Macdonald, R. (2011).** Understanding Culinary Tourists: Segmentations Based on Past Culinary Experiences and Attitudes Toward Food-Related Behaviour. International Chrie Conference-Refereed Track. Paper 15., University of Massachusetts, USA.



# **TURİZM VE DESTİNASYON ARAŞTIRMALARI**

**VII**

## **BÖLÜM IV**

---



# GASTRO TURİSTLERİN HÜCRESEL TARIMA YÖNELİK ALGILARI VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK PERSPEKTİFİ: KALİTATİF BİR ÇALIŞMA<sup>‡</sup>

**Emre AKMANOĞLU**

Öğretim Görevlisi, Sinop Üniversitesi,  
eakmanoglu@sinop.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-2224-0980

**Hüseyin Avni KIRMACI**

Profesör Doktor, Karabük Üniversitesi,  
avnikirmaci@karabuk.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-8164-0920

## 1. GİRİŞ

Günümüzde, gastronomi sektörü, turistlerin ilgisini çekmek ve bir turistik cazibe merkezi olarak öne çıkmak amacıyla kendisini geliştirmektedir. Turizm, emeğe dayalı yoğun bir hizmet sektörüdür ve bu alandaki en kritik faktör, işgücü potansiyelidir. (Karaçar, 2019). Bu alandaki çeşitlilik, farklı dünya mutfaklarını deneyimleme fırsatı sunarak turistlere yenilikçi tatlar keşfetme imkânı sağlamaktadır. Aynı zamanda, beslenme alışkanlıklarındaki değişimler, toplumsal ve teknolojik dönüşümlerle birlikte yaşam tarzlarında meydana gelen evrimlere işaret etmektedir. Bu bağlamda, bireyler sağlıklarına daha fazla önem verip beslenme tercihlerini bu doğrultuda belirlemektedirler (Skryl ve ark., 2018). Gastronomi sektörünün olumlu yönlerine rağmen, tüketimin getirdiği olumsuzluklar da dikkate değerdir. Tarih boyunca çeşitli medeniyetlerin varlığını sürdürmesi ve toplumların kültürel

---

<sup>‡</sup>*Bu çalışma Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı'nda Doç. Dr. Hüseyin Avni KIRMACI danışmanlığında Emre AKMANOĞLU tarafından 2022 yılında tamamlanan "Gastronomi Alanında Aktif Rol Alan Bireylerin Hücresel Tarım Hakkındaki Bilgi Düzeylerinin Değerlendirilmesi" isimli ve 758515 YÖKTEZ ID yüksek lisans tezinden üretilmiştir.*

etkileşimi göz önüne alındığında, Türk toplumunun mutfağını tanınması, koruması ve gelecek nesillere aktarması önemlidir. 2017'de Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün Sürdürülebilir Turizm Yılı'nı duyurması, bireylerin gelecek nesillere miras bırakılan kaynakları koruma bilinciyle tüketim alışkanlıklarını yeniden değerlendirme gerekliliği doğrultusunda politika geliştirme çabalarına önemli bir teşvik sağlamıştır (Tuna ve ark., 2020). Bu bağlamda, nüfusun sürekli artması ve tüketimin yüksek seviyelerde devam ettiği dönemde, israf edilen kaynakların gelecek nesiller için kriz yaratacağı kaçınılmazdır. Ancak, bilim insanları hücre sel tarım uygulamalarının sürdürülebilirlik, hayvan refahı ve sağlıklı beslenme gibi olumlu yönlerini keşfetmiş ve bunların bir alternatif olarak değerlendirilebileceğini vurgulamışlardır. Çalışmanın amacı, gastro-turistlerin hücre bazlı ürünler hakkındaki bilgi düzeylerini ve farkındalıklarını belirlemek, ayrıca yönelimlerini ortaya koymaktır. Bu doğrultuda, katılımcılara 15 yarı yapılandırılmış soru yöneltilmiş ve elde edilen veriler analiz edilmiştir. Bulgular içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara dayanarak, Hücre sel Tarım ve Sürdürülebilir Mutfak konularında daha fazla araştırma yapılması önerilmektedir.

## **1.1. İlgili Alanyazın**

### **1.1.1. Gastronomi Turizmi**

Gastronomi turizmi destinasyonları, ziyaretçilere sadece beslenme pratiğinden öte, yerel kültüre özgü yiyecek ve içeceklerin tadını çıkarmalarını sağlayarak, keşfetme deneyimleri sunmaktadır. Bu deneyimler, yalnızca bir tatma tecrübesi değil, aynı zamanda geleneksel mutfak tekniklerinin, yerel malzemelerin ve kültürel pratiklerin derinlemesine incelenmesine olanak tanımaktadır (Williams ve ark., 2019). Tatil deneyiminin belirgin bir bileşeni olarak, restoranlarda yemek yeme veya mutfak ve şarap turlarına katılma gibi faaliyetlerden keyif alma oldukça yaygındır. Dahası, bazı turistik destinasyonların pazarlama stratejilerinde mutfak ve gastronominin kritik bir rol oynamasıyla birlikte, bu aktiviteler genel turist deneyimini zenginleştirerek, keyifli ve unutulmaz

anılar yaratmada merkezi bir konuma sahiptir (Kivela & Crofts, 2006). Gastronomi turizmi uygulayan bireyler genellikle “gastro-turist” olarak adlandırılır ve bu terim, çoğunlukla yerel malzemelerin yetiştirilmesi, hazırlanması ve tüketimi gibi gastronomik deneyimleri içermektedir (Dağdelen & Pamukçu, 2021). Gastronomi turizmini gerçekleştiren bireyler, yerel lezzetleri deneyimlemek için özenle tasarlanmış gezilerini yaparken, kendilerini otantik yerel ve bölgesel mutfak kültürlerinin içine bırakan keşifçiler olarak nitelendirilir (Williams ve ark., 2019). Günümüzde, turistler gidip geldikleri yerlerdeki mutfak çeşitliliği ve yemek pişirme yöntemleriyle ilgilenerek, yerel kültür ve tarihle daha derin bağlar kurma arzusundadırlar. Bu yenilikçi turistler genellikle “gastro-gezgin” olarak anılmakta olup, çeşitli yaş, gelir ve etnik gruplardan gelmekte ve sıklıkla akranlarına kıyasla daha cömert bir yemek harcaması yapmaktadırlar. Gastro-turizm kavramı, seyahat edenleri yöresel lezzetlerle buluşturmayı amaçlarken, bu deneyimler genellikle bölgenin kültürel ve tarihi derinliğini yansıtan özgün ve yerel tatların sofistike bir sentezini içermektedir (Mandal ve ark., 2021). Gastro-turistin diğer turistlerden ayrılan en belirgin özelliği, seyahatlerinde yalnızca yemeğe odaklanmalarıdır. Yeni tatlar keşfetmek için seyahat eden, tatil planlarını yemek festivalleri ve mevsimsel ürünler etrafında düzenleyen ve bir marketin rafları arasında kaybolabilecek kadar tutkulu olan bireyler olarak tanımlanırlar (Wolf, 2006, aktaran; Hatunoğlu, 2021). Gastro-turistler, turizmde geleneksel değerlerin yanı sıra kültürlerin ve geleneklerin yanı sıra sağlıklı yaşam tarzının giderek artan popülerliği, benzersizlik, sürdürülebilirlik, izlenimler ve deneyimler gibi yeni eğilimleri benimsemektedirler (Nesterchuk ve ark., 2021).

### **1.1.2. Gastronomi Trendleri ve Sürdürülebilirlik**

Gastronomi, sürekli olarak yenilenen bir alan olup çeşitli trendleri beraberinde getirmiştir. Bu trendlerin bazıları insan sağlığına olumlu etkileri, yeme alışkanlıklarındaki değişimleri, kültürel mirasın korunmasını ve beslenme düzenlerine alternatif sunma potansiyeline sahiptir. Örnek verecek olursak,

“yenilebilir böcekler” ve “hücresele tarım” gibi yenilikçi akımlar, azalan kaynaklara alternatif çözümler sunarken, 'nörogastronomi' ve “moleküler mutfak” ise insanların tat alma deneyimlerine farklı bakış açıları sunabilir (Yıldız & Yılmaz, 2020). Gastronomi hareketinin temel özelliklerinden biri, doğal, çiğ ve renkli doğal ürünlere olan ilginin artmasıdır. Bu bağlamda, tüketicilerin, katkı maddeleri ve gıda boyaları içeren ürünlerden uzak durarak sağlıklı beslenme alışkanlıklarını benimsemeye yönelmekte oldukları gözlemlenmektedir. Gastronomi hareketi kapsamında, siyah ve mor yiyecekler, smoothie, bowl food, çiğ yiyecekler, sağlıklı beslenme ve yenilebilir çiçekler gibi trendler öne çıkmaktadır (Sarıışık & Kardeş, 2019). Moleküler gastronominin temel amacı, mevcut yemek kültürünü yenilemek, yeni yiyecek üretim yöntemlerini keşfetmek ve sonuç olarak elde edilen ürünlerin tat profillerini istikrarlı bir şekilde sağlamaktır. Moleküler gastronomi araştırmaları, 1969 yılında Oxford Üniversitesi fizik bölümü başkanı olan Profesör Nicholas Kurti tarafından, Royal Enstitüsü'nde verilen 'Mutfaktaki Fizik' dersiyle başlamıştır. Kurti, mutfak deneyiminin geleneksel olarak değil, bilimsel bir temele dayanmadığını vurgulayarak, 'Bir bilim olarak, yıldızların içindeki sıcaklığı bilebiliriz, ancak ne yazık ki bir sufle içindeki sıcaklığı bilemeyiz' ifadesiyle bu noktayı açıklamıştır (Cömert & Çavuş, 2016). Shepherd, 2012'de yayımlanan "Neurogastronomy" adlı kitabında koku-tat çalışmalarını ve nörogastronomi kavramını tanıtmıştır. Kitapta, lezzet algısının beyin tarafından nasıl işlendiği, lezzet ile bellek arasındaki ilişki, koku algısının lezzet değerlendirmesindeki rolü gibi konular ele alınmıştır. Shepherd'ın çalışmaları, uluslararası bilim camiasında büyük ilgi uyandırmış ve nörogastronomi alanında araştırmacılar ve bilim insanlarının ilgisini çekmiştir. 2015 yılında kurulan Uluslararası Nörogastronomi Topluluğu, bu alandaki önemli bir platformdur. Bu topluluklar, önde gelen şefler, klinik bilim insanları ve nörobilimcileri bir araya getirerek hastalık nedenleri, beslenme bozuklukları, obezite ve yeme alışkanlıkları gibi konuları bilimsel yöntemlerle ele almaktadır. Nörogastronomi araştırmaları, bireyler arasındaki beyin fizyolojisi ve yiyecek

zevkine yönelik farklılıkları, tüketim sırasında karşılaşılan karmaşıklığı ve herhangi bir önerilen çözümün önemini derinlemesine incelemektedir (Cankul & Uslu, 2020). Nörogastronomi, yiyeceklerdeki tat, koku, lezzet, işitsel ve görsel unsurların birbirleriyle uyumunu ve beyne aktarılma sürecini araştırarak, bu algıların bireyler tarafından nasıl değerlendirildiğini inceler. Bu alandaki çalışmalar, insan zihnindeki farklı biyolojik ve anısal etkilerin nasıl oluştuğunu anlamayı amaçlar. Ayrıca, nörogastronomi, tat duyularının sonradan algılanabilir olduğu ve doğuştan gelen tercihlerin değiştirilebilir olduğu hipotezini incelemektedir. Bu bağlamda, nörogastronomi çalışmaları, sağlıklı yiyeceklerin lezzetli bulunmasını sağlamak, yiyecek deneyimlerini geliştirmek ve çeşitli hastalıkların (örneğin; kanser, Parkinson, Alzheimer gibi) tat alma duyusunu etkileyerek kişilerin yemeklerden zevk almasını desteklemek için önemli bir rol oynayabilir (Yılmaz ve ark., 2021). Yeşil restoranlar, çevre dostu uygulamalara ve enerji verimliliğine odaklanarak farkını ortaya koyan işletmeler olarak tanımlanmaktadır. Türkiye'de, nadiren de olsa, 'yeşil nesil restoran hareketi' gibi örnekler gözlemlense de genellikle yaygın değildir. Ancak ülkemizde dışarıda yemek yeme alışkanlıklarının artması, tüketicilerin tercihlerindeki değişimin ne denli kritik olduğunu vurgulamaktadır. Çevreye duyarlı müşteriler, işletmelerden aynı hassasiyeti beklemektedirler (Yazıcıoğlu & Aydın, 2018). Dünya nüfusunun artışıyla birlikte ortaya çıkabilecek gıda kaynaklı zorluklar, üretim maliyetlerinin etkisi ve bu zorlukları en aza indirmek için farklı gıda kaynaklarına yönelik bir gereklilik büyük önem taşımaktadır. Günümüzde gastronomi alanındaki gelişmelerin bir yansıması olarak ortaya çıkan yenilebilir böcekler, düşük üretim maliyetleri, yüksek protein içeriği, çevresel etkilere az zarar verme ve sınırlı alanlarda yetiştirilebilme gibi avantajlar sunarak gıda krizine alternatif bir çözüm sunabilir (Demir & Altun, 2021). Renk, yeme alışkanlıklarımızı ve lezzet algımızı doğrudan etkileyerek yemek tercihlerimizde belirleyici bir rol oynar. Yemeğin görüntüsü ve rengi, tüketiciler için sağlık hakkında önemli bir ipucu sağlayabilir ve tat öncesi değerlendirme yapmalarına yardımcı olabilir (Yılmaz & Erden,

2017). Siyah gıda ürünleri iki farklı bakış açısıyla ele alınabilir: Birincisi, siyah fasulye, siyah pirinç ve siyah sarımsak gibi doğal siyah yiyeceklerin, renkli meyve ve sebzelerden daha sağlıklı olduğu düşünülür. Diğer bir bakış açısı ise aktif olarak hazırlanan siyah yiyeceklerdir; bu tür yiyecekler aktif karbon ve mürekkep balığı gibi tamamen siyah bir görünüme sahip ve bu şekilde hazırlanmışlardır. Bu doğal ve aktif olarak hazırlanan siyah yiyecekler, gıda renklendirmesi spektrumunda farklı kategorileri temsil eder ve her biri benzersiz özelliklere ve potansiyel sağlık faydalarına sahiptir (Bozok & Yalın, 2018). Günümüzde sağlıklı beslenme stratejileri kapsamında, çiğ gıdaların tercih edilmesi yaygınlaşmaktadır. Bu gıdalar, genellikle organik olarak adlandırılıp, düşük sıcaklıklarda minimal ısı işlemine tabi tutularak veya tamamen çiğ olarak tüketilmektedirler (Yıldız & Yılmaz, 2020).

### **1.1.3. Hücresel Tarım ve Sürdürülebilirlik**

Hayvan hücrelerinin doğrudan kullanılması yerine, hücre kültürü teknolojisi kullanılarak hücrelerin çoğaltılması, hayvansal ürünlerdeki protein oluşumunu sağlayan bir hücresel teknolojidir. Bu yöntem, yumurta, süt, jelatin gibi hayvansal ürünlerin protein içeriğini artırmak amacıyla mantar, maya ve bakteri gibi mikroorganizmaların kullanımını içerir. Bu teknoloji, hayvanların doğrudan kullanılmasının etik, çevresel ve ekonomik kaygılarına alternatif bir çözüm sunar ve biyoteknoloji alanında önemli bir gelişmedir (Saavoss, 2019). Hücresel tarım, geleneksel çiftçilik uygulamalarıyla birlikte, hayvansal ürünlerin doğrudan hayvandan elde edilmesinin yanı sıra, biyoreaktörde belirli bir hayvan parçasının doğal ortamını taklit ederek hücrelerin çoğaltılmasıyla elde edilen bir teknolojidir. Bu yenilikçi yaklaşım, tarımsal ve hayvansal ürünlerin üretilmesi için hayvan hücrelerinin yetiştirilmesine olanak tanır. Hücresel tarım, azami toprak kullanımı ile artan gıda üretim potansiyeli sunarak, acil tarımsal zorlukların üstesinden gelme amacıyla dönüştürücü bir teknoloji olarak öne çıkar (Mattick, 2018). Sürdürülebilir gıda üretiminin devamlılığı ve başarısı için tarımsal biyoteknolojik uygulamalar hayati bir rol oynamaktadır. Geleneksel tarımın karşılaştığı

sorunların çözülmesine yönelik olarak, özellikle hayvansal gıda üretiminde yaygın olarak görülen ürün kalitesi, hayvan hastalıkları, gıda güvenliği ve hijyen gibi meseleleri ele alır. Besin üretimindeki her artış çabası, gelecek nesillere karşı yapılmış önemli bir katkıdır. Bu bağlamda, biyoteknolojik yaklaşımlar; nanoteknoloji ve hücresel tarım gibi yenilikçi alanlara da dayanır. Yapılan araştırmalar, biyoteknolojik yaklaşımların üretim sürecinde bazı sorunların çözümüne katkı sağladığını ortaya koymaktadır (Demirel, 2020). Hücresel tarımda, doku temelli mühendislik ve protein temelli mühendislik olmak üzere iki ana teknik öne çıkmaktadır. Doku temelli mühendislik, sığır eti, kümes hayvanları ve deniz ürünleri gibi hücre bazlı ürünlerin üretiminde kullanılırken, protein temelli mühendislik ise süt ürünleri, yumurta ve deri gibi hayvansal ürünlere benzer ürünlerin elde edilmesinde etkilidir. Doku temelli mühendislik, hayvan hücrelerinin tüm özelliklerini içeren moleküler düzeyde kopyalanmasıyla hayvansal ete benzeyen ürünlerin elde edilmesini sağlar. Öte yandan protein temelli mühendislik doğal hayvansal ürünlerde bulunan proteinlerin sentezlenmesini içerir. Bununla birlikte, bitki bazlı yağlar da son ürünler arasında yer almaktadır (Kadim ve ark., 2015; Waschulin & Specht, 2018). Hücresel tarımın temel özelliklerinden biri, üretim sürecinde ürün durumunun titizlikle izlenmesi ve insan etkileşiminin minimize edilmesi sayesinde patojenlerle olan etkileşimin en aza indirilmesidir. Bu yaklaşım, ürünlerin kontaminasyon riskini önemli ölçüde azaltmaktadır. Geleneksel hayvancılık ve deniz ürünleri endüstrilerinde yaygın olarak kullanılan büyüme hızlandırıcı ilaçlar ve hormonlara ihtiyaç duyulmaması, hücresel tarımın sağladığı avantajlardan biridir. Hücresel tarım, öngörülen 2050 yılında dünya nüfusunun 10 milyara ulaşması dikkate alındığında, tüm hayvansal ürün talebini karşılayabilecek kapasiteye sahiptir. Ayrıca, hücresel tarımın benimsenmesiyle birlikte, kuş gribi ve domuz gribi gibi hayvan kaynaklı hastalıkların riskinin de azalacağı öngörülmektedir (Gasteratos, 2019). Hücre bazlı et, bitki bazlı etin aksine, gerçek hayvansal et üründür ve hayvansal hücrelerin 'in vitro' kültür yöntemiyle üretilir. 'In vitro' yöntemi, hayvan hücrelerini besleyerek büyümelerini ve nihai

ürüne dönüşmelerini sağlar (Stephen ve ark., 2018). Yürütölen çalışmalar, hücre bazlı et üretiminin geleneksel yöntemlere göre enerji tüketiminde %45, arazi kullanımında %99, su kullanımında %96 ve sera gazı emisyonunda %78-96 oranında daha düşük etkiye sahip olabileceğini göstermiştir (Tuomisto & Teixeira, 2011). Hücresel et ürünlerinde antibiyotik bulunmaması, antibiyotik kaynaklı sağıık risklerinin ortadan kalkmasıyla sağıık ağıısından tehdit unsurlarını azaltır. Hücresel tarım teknolojisinin yaygınlaşması, dünya genelinde her yıl bir trilyondan fazla canlının yeme amacıyla öldürölmesi uygulamasını sona erdirerek hayvan refahını ve doğıal yaşamı koruma potansiyeline sahiptir. Ayrıca, aşırı avlanma sonucu tehdit altında olan deniz ekosistemini korumak için hücresel tarım, deniz ürünlerinin sağıılanmasında önemli bir rol oynayarak bu sorunu çözebilir (Gasteratos, 2019). Doku mühendisliğı ve hücresel tarım teknikleri kullanılarak elde edilen in vitro et, genellikle költürlü et olarak anılmaktadır. Bu et türü, insanların temel beslenme ihtiyaçlarını karşılamak için uzun süredir kullanılan önemli bir kaynak olup, B12 vitamini, omega-3 yağı asitleri, protein ve demir bakımından zengindir. Köresel költürlü et pazarının 2028 yılına kadar 319,8 milyon dolarlık bir büyüklüğe erişmesi öngörülmektedir, bu da etin besleyici değeri ve köresel talepteki artışa işareet etmektedir (Globenewswire, 2022). Hücre költürü teknolojisinin ilerlemesi, süt, yumurta, et ve et ürünleri gibi protein kaynakları için hücresel tarıma olan ilgiyi artırmıştır. Aynı şekilde su ürünleri alanındaki araştırmalarda, deniz canlılarının üretimini araştıran çalışmalarda deniz canlılarına ihtiyaç duymadan üretim yapabilme potansiyelinin araştırılmasına yönelik ilgi artmaktadır (Rubio ve ark., 2019). Son 40 yılda balıkçılık sektöründeki aşırı avlanma nedeniyle, balıkların sürdüröllebilir biyolojisi bazı bölgelerde %33,1 oranında azalmıştır (Potter ve ark., 2020). Gelecek 30 yıl içinde öngörölren iki milyarlık nüfus artışıyla birlikte, hayvansal protein ve balık ihtiyacının artması muhtemeldir (United Nations, 2019). Geleneksel balıkçılık yöntemleriyle yapılan avlanmanın sürdüröllebilir potansiyeli belirsizlik içindedir. Bu durumda, hücre bazlı balık alternatifi, artan talebi karşılamak için tamamlayıcı bir unsur olarak

değerlendirilmektedir. Hücre bazlı et üretiminde otuzdan fazla özel şirket girişimci olarak öne çıkarken, sadece altı şirket hücre bazlı balık üretimi için girişimde bulunmuştur (Potter ve ark., 2020). Temiz Süt adı verilen süt alternatifinin, ineklere ihtiyaç duyulmadan üretilebilme olasılığı, birçok hayır kurumu, şirket ve toplum kesimi tarafından benimsenmektedir. Hayvan etiği uzmanları, süt endüstrisindeki endüstriyel uygulamaların hayvanlara potansiyel zararları konusunda ciddi kaygılar taşımaktadır. Bu kaygılar, hayvan hakları savunucuları, çevreciler ve diğer ilgili kesimler arasında endüstrilere yönelik insan kaynaklı zorlukları artırmaktadır. (Milburn, 2018). Hücresel tarım uygulamasıyla gerçekleştirilen “temiz süt” faaliyeti, kullanılan alanı %97 oranında azaltacaktır (Gasteratos, 2019). Hücresel süt analogları, mevcut süt ürünleriyle karşılaştırıldığında süt proteini sentezleyebilir ve süt katkılarının talebini azaltabilir; ayrıca bitki bazlı yağlardan faydalanarak tereyağı talebini azaltabilir. Hücresel ürünlerin gelecekteki seyri belirsiz olsa da çevre, insan sağlığı, hayvan refahı ve hatta hayvancılık alanlarında süt ürünlerinde ortaya çıkabilecek farklılıkların gelecekteki araştırmalarda ele alınacağı öngörülmektedir (Saavoss, 2019).

## **2. YÖNTEM**

Hızla artan tüketim ihtiyaçları, geleneksel tarım yöntemlerinin sınırlılıklarıyla mücadele etmek için bilim insanlarını alternatif çözümler aramaya yönlendirmiştir. Bu çerçevede ortaya çıkan hücresel tarım, bitki veya hayvan hücrelerinin laboratuvar ortamında kontrol altında yetiştirilmesini içeren bir yaklaşımdır. Türkiye’de bu konsept henüz geniş çapta bilinmemektedir ve bu alandaki farkındalık düzeyi düşüktür. Ancak, bu alanda yapılan araştırmaların hem tarım hem de turizm sektörlerinde potansiyel katma değeri ortaya çıkarabileceği düşünülmektedir. Gastronomi turistlerinin hücre bazlı ürünler hakkındaki bilgi düzeylerini, farkındalıklarını ve tercihlerini anlamak, bu alandaki gelecekteki araştırmalara yön verebilir. Ayrıca, ulusal düzeyde yapılan bu çalışmalar, Türkiye’nin hücresel tarım alanında bilgi birikimini artırabilir ve bu alandaki araştırmaları teşvik edebilir. Bu çalışma, nitel

araştırma yöntemlerinin kullanıldığı derinlemesine görüşmeler ve doküman analizi gibi prosedürlerle gerçekleştirilmiştir. Alanında uzmanlaşmış akademisyenler tarafından geliştirilen 15 soru araştırmacı aracılığıyla araştırmanın merkezinde yer alan konu detaylı bir şekilde araştırılmıştır. Elde edilen veriler, betimsel analiz yöntemiyle detaylı bir şekilde değerlendirilmiştir. Nitel araştırma, genellikle bir problemin veya konunun derinlemesine keşfedilmesi, anlaşılması ve açıklığa kavuşturulması amacıyla kullanılan bir araştırma yöntemidir. Bu tür araştırmalar, genellikle niceliksel verilerin ötesine geçerek, katılımcıların deneyimlerini, algılarını ve görüşlerini anlamak için kullanılır. Nitel araştırmaların amacı, genellikle toplumsal dinamikleri anlama, belirli bir konuda derinlemesine bir anlayış geliştirme ve karmaşık ilişkileri açıklığa kavuşturma gibi hedefleri içerir. (Tekindal ve ark., 2021). Bu çalışmadaki sorular, alanında uzman akademisyenler tarafından Phillips & Wilks (2017) ile Neugebauer ve arkadaşlarının (2019) alışmalarından esinlenilerek uyarlanmıştır. Bu çalışmanın evreni, doğrudan gastronomiyle ilişkilendirilen 16 gastro-turisti içermektedir. Araştırmacının katılımcılara kolay ulaşabilmesi amacıyla çalışma için Sinop ve çevresi seçilmiştir. Araştırmada, yargısal (kasıtlı) örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntem, araştırmacının belirli niteliklere sahip katılımcıları bilinçli bir şekilde seçmesine imkân sağlamaktadır.

### 3. BULGULAR

Gastro-turistlerin hücresele tarım konusundaki görüşlerinin derinlemesine incelenmesi sonucunda, çoğunluğun olumlu bir tutum sergilediği fakat azınlığın olumsuz ve kararsız kaldığı görölmüştür. Olumsuz görüş belirten katılımcılar arasında, hücresele tarımın "güvenilmez ve yapay üretim biçimlerini yansıtan ürünlerin ortaya çıkması(K3)" şeklinde algılandığı belirtilirken, başka bir katılımcı ise "hücresele tarımla elde edilen ürünlerin geleneksel yöntemlerle yetiştirilenlere kıyasla kalite, tat, koku ve sağlık açısından endişe verici olabileceği ve uzun vadede kullanımının sağlık risklerini artırabileceği(K5)" endişesini dile getirmiştir.

Katılımcılara yöneltilen Gastronomi turizminin önemi hakkındaki düşünceleri sorusu sonucunda, katılımcıların yanıtları incelenerek birkaç tematik boyut belirlenmiştir. Bu temalar arasında ekonomik katkı, zevk alma, kültürel keşif ve öğrenme, zorunlu ihtiyaçlar, beklentilerin karşılanmaması ve sağlık endişeleri öne çıkmaktadır. Katılımcı 6, gastronomi turizminin önemini öne çıkartarak bunu "deniz, kum ve güneş turizmi gibi geleneksel turizm segmentleriyle benzeterek önemli bir turizm dalı" olarak tanımlamıştır. Ayrıca, gastronomi turizminin toplumsal yararlarına vurgu yapmış ve organik, yöresel ürünlerin gastronomik deneyimlerdeki rolünü önemsemiştir "sağlık, ekonomik refah ve sosyal uyum açısından öne çıkan bir değer" olarak belirtmiştir. Buna karşılık, Katılımcı 2 ise "beklentilerin karşılanmadığını" belirterek gastronomi turizminin istenilen seviyede olmadığını ifade etmiştir. Genel olarak, katılımcılar gastronomi turizminin kültürel keşif ve ekonomik önemine odaklanmışlardır.

**Tablo 1. Demografik Özelliklere Yönelik Bulgular**

| Katılımcı | Cinsiyet | Yaş | Öğrenim    | Medeni |
|-----------|----------|-----|------------|--------|
| K1        | Erkek    | 45  | Lisansüstü | Evli   |
| K2        | Erkek    | 50  | Lisansüstü | Evli   |
| K3        | Erkek    | 45  | Lisansüstü | Evli   |
| K4        | Kadın    | 24  | Lisans     | Bekar  |
| K5        | Kadın    | 40  | Lisansüstü | Evli   |
| K6        | Erkek    | 27  | Lisansüstü | Evli   |
| K7        | Kadın    | 35  | Lisansüstü | Bekar  |
| K8        | Kadın    | 26  | Lisansüstü | Bekar  |
| K9        | Erkek    | 35  | Lisansüstü | Bekar  |
| K10       | Kadın    | 25  | Lisans     | Bekar  |
| K11       | Kadın    | 26  | Lisansüstü | Bekar  |
| K12       | Erkek    | 26  | Lisans     | Bekar  |
| K13       | Erkek    | 26  | Ön Lisans  | Bekar  |
| K14       | Erkek    | 25  | Lisans     | Bekar  |
| K15       | Erkek    | 26  | Lisansüstü | Bekar  |
| K16       | Erkek    | 42  | Lisansüstü | Evli   |

Katılımcılara yöneltilen "Hücreysel tarım uygulamalarının sağlık açısından etkileri hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?" sorusu üzerine, katılımcıların görüşleri incelendiğinde sekiz katılımcının bu uygulamaların herhangi bir sağlık sorunu oluşturmayacağını düşündüğü, iki katılımcının kararsız olduğu ve altı katılımcının ise olumsuz düşündüğü görülmüştür. Örneğin; Katılımcı 16, "Uygun koşullarda üretimin şu anda bir tehdit oluşturmadığını ancak ilerleyen süreçte sağlık açısından

etkileri hakkında yeterince bilgi sahibi olmadığını" belirtmiştir. Katılımcı 5 ise, "Başlangıçta sorun yaratmasa da uzun vadeli kullanımın ciddi sağlık sorunlarına yol açabileceğini düşünmekteyim" demiştir.

Katılımcılara yneltilen hücresel tarım uygulamalarının 'Etik' boyutunu değerlendirme sorusu üzerine, üç katılımcı bu uygulamaları etik bulmazken, bir katılımcı kararsız kalmış, sekiz katılımcı bu uygulamaları etik bulurken, drt katılımcı ise koşullu olarak etik bulduklarını ifade etmiştir. Örneğin; Katılımcı 1, "Bu süreçte şeffaflık kritiktir ve her yönüyle açık bir iletişim sağlandığında, bireylerin bilgilendirilip onayı alındığında etik açıdan sorun teşkil etmeyebilir," şeklinde belirtmiştir. Katılımcı 2 ise, "Bu yöntemlerle üretilen ürünler tüketicilere eksiksiz bilgilerle sunulmalıdır," ifadesini kullanmıştır.

Katılımcılar arasında yapılan değerlendirmede, Hücresel Tarım uygulamalarının vejetaryen bireylere herhangi bir alternatif sunup sunamayacağına dair soruya olumsuz yanıt veren beş katılımcı bulunurken, on bir katılımcı ise olumlu yanıt vermiştir. Katılımcı 10'un ifadesinde, "Canlı bir hayvandan hücre alınarak uygun bir ortamda çoğaltıldığı için sonuç olarak yine hayvansal gıda elde edildiği" belirtilirken, Katılımcı 15 ise, "Eğer mevcut yemeklerin dışında ürünler geliştirilmezse, hücresel tarımın yemeklerde önemli bir fark yaratmayabileceği" görüşünü dile getirmiştir.

Katılımcılara, hücresel tarım uygulamalarını geleneksel yöntemlere tercih eder misiniz? Neden? Sorusu yöneltilmiş olup, iki katılımcı kısmen, drt katılımcı olumlu ve on katılımcı olumsuz olarak değerlendirme yaptı. Katılımcı 6, "Eğer geleneksel yöntemler, köyde beslenen koyun veya inek gibi hayvanların etini içeriyorsa, tercihim bu yönde kullanırım. Ancak antibiyotikle ve karanlık ortamlarda büyütülen hayvanlara karşı, hücre bazlı etin tercih edilebileceğini düşünüyorum" şeklinde koşullu bir olumlu yanıt verirken, Katılımcı 11 ise, "Farklı deneyimler elde etme açısından tercih edilebilir olabilir, ancak ben bu uygulamayı tercih etmem. Bunun nedeni, daha yenilikçi bir yöntem olmasının yanı sıra

laboratuvar ortamında üretilen ürünlerin geleneksel yöntemlere tercih edilmeyecek bir uygulama olduğunu düşünmemdir" şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcılara yöneltilen "Hücre sel tarım ile üretilen ürünleri denediniz mi? Ve denemek ister miydiniz? Neden?" sorusuna, katılımcılar arasında deneyim yaşamayanlar ve denemek istemeyenler bulunmaktadır. Deneyim yaşamayan katılımcılar arasında sadece üç kişi bulunurken, diğer katılımcılar denemek istediklerini ifade etmişlerdir. Katılımcı 4, "Hücre sel tarım ile üretilen ürünleri henüz deneyimlemedim ancak fırsatım olsa denemek isterdim. Çünkü ben değişik yemekleri denemeyi seven birisiyim ve geleneksel tarım ürünleriyle karşılaştırarak farkları gözlemlemek istiyorum" şeklinde düşüncesini ifade ederken, Katılımcı 13 ise, "Henüz hücre sel tarım ürünlerini deneme fırsatı bulmadım ve sağlık açısından potansiyel riskler düşüncesiyle denemek istemiyorum" şeklinde düşüncesini belirtmiştir.

Gastro-turistlere yöneltilen "Hücre sel yöntemiyle üretilen et, balık, domuz, sebze, meyve, kümes hayvanları, süt gibi ürünleri tüketir misiniz? Hangilerini tercih eder ve neden?" sorusuna çoğunlukla olumlu yanıt veren katılımcılar arasında, sadece iki katılımcı bu ürünleri tüketmek istemediklerini belirtmiştir. Katılımcıların tercihlerinde din ve kültürel faktörler etkili olmuş ve domuz eti, hücre sel tarım ürünleri arasında en az tercih edilen ürün olarak öne çıkmıştır. Et ve kümes hayvanları ise bu yöntemle üretilen ürünler arasında en çok tüketilenler arasındadır. Katılımcı 3, "Doğal alternatiflerin mevcut olması nedeniyle hücre sel yöntemle üretilen ürünleri tercih etmiyorum" ifadesiyle görüşünü belirtirken, Katılımcı 4 ise, "Hücre sel tarım ile üretilen balık, et ve kümes hayvanlarının tadına bakabilirim ancak bu ürünler her zaman tercih edeceğim ürünler değil. Bu ürünlerin sağlık açısından daha ayrıntılı bir şekilde incelenmesi gerektiğini düşünüyorum, zira hayvanların hormonal dengelerindeki hızlı değişimler sağlık üzerinde etkili olabilir" şeklinde düşüncesini ifade etmiştir.

Gastro-Turistlere yönlendirilen, Hücresel tarım ürünlerine ulaşabilme durumunda evinizde düzenli olarak tüketir miydiniz? Neden? Sorusu yönlendirilmiş olup, katılımcıların dokuzu olumsuz yanıt verirken, yedi katılımcı ise olumlu bir görüş bildirmiştir. Katılımcı 4, 'Düzenli olarak tüketmeyi düşündüğüm bir sistem değil. Kaynağından alınan hücrelerle üretim sağlanmasına rağmen, orijinal ürünün tamamen yerini tutmayacaktır.' şeklindeki görüşünü belirtmiştir. Katılımcı 5 de, 'önyargılardan dolayı tat, koku ve sağlık açısından yeterli görmüyorum. Normal şartlarda istemem.' şeklindeki olumsuz yanıtını dile getirmiştir.

Katılımcılara yöneltilen "Hücresel tarım rnleri Türk Mutfağı üzerinde nasıl bir etki yaratır?" sorusuna, on iki katılımcı olumsuz, biri kararsız ve  olumlu yanıt vermiştir. Katılımcı 2, "Turistik açıdan dikkate değer bir etki beklemiyorum. Belirli gıda ürünlerinin artan arzıyla birlikte üretimlerin artması, fiyat dengesini sağlama ve gıdaya daha kolay erişim gibi etkiler yaratabilir" ifadesini kullanmıştır. Katılımcı 4 ise, "Türk mutfağı hem yeşillikleri hem de beyaz et ile kırmızı eti içeren geniş bir yemek kültürüne sahiptir. Ülkemizde hücresel tarım teknolojisinin kullanılması birçok üretim sürecinde hızlanmaya yol açabilir. Ancak, birçok Türk vatandaşı gibi ben de geleneksel yöntemlerle üretilen gıdaları tercih ederim. Örneğin; hücresel tarımla üretilen Adana veya Urfa kebabı düşüncesi beni tatmin etmez. Lahmacun veya pideyi geleneksel yöntemlerle üretilen etlerle tüketmek isterim" şeklinde düşüncelerini ifade etmiştir.

Katılımcılara yöneltilen "Hücresel tarım rnlerinin, Türk Mutfağında denenmesi durumunda uluslararası nasıl bir imaj oluşturur?" sorusu üzerine, altı katılımcı olumsuz, biri kararsız ve dokuz katılımcı ise olumlu yanıt vermiştir. Katılımcı 6, "Bu denemenin zamanlamasının kritik olduğunu düşünüyorum. Eğer dünya genelinde hücresel tarım uygulamaları yaygınlaşmışsa, bu durumda ülkemizde denense dahi belirgin bir etki yaratmayabilir. Ancak lkemizin bu teknolojiye erken adapte olması ve etkili bir pazarlama stratejisiyle desteklenmesi halinde, uluslararası alanda olumlu bir imaj

oluşturabileceğini düşünüyorum" ifadelerini kullanmıştır. Öte yandan katılımcı 10 ise, "Bu deneyim şaşırtıcı bir imaj yaratabilir. Ancak, Türk mutfağının geleneksel yöntemlerini sürdüreceğine ve bu da gastronomi turizmi için turistlerin ilgisini artıracığına inanıyorum" şeklinde düşüncesini belirtmiştir.

Gastro-Turistlere yöneltilen "Hücrel tarım ürünlerinin, Gastronomi Turizmi açısından etkisi nasıl olabilir?" sorusuna dokuz katılımcının olumlu etki öngördüğü, yedi katılımcının ise olumsuz etki beklediği belirtilmiştir. Örneğin; Katılımcı 6, "Hücrel tarım ürünlerinin sunum ve pazarlama şekline bağlı olarak, insanların yeni ürünlere ilgi göstermeleri ve Gastronomi Turizmi deneyimlerini olumlu yönde etkilemeleri mümkündür. Bu nedenle, Hücrel tarım ürünlerinin Gastronomi Turizmi üzerinde olumlu bir etkisi olabilir," demiştir. Buna karşılık, Katılımcı 3 ise, "Hücrel tarım ürünlerinin Gastronomi Turizmi üzerinde negatif bir etkisi olabilir çünkü turistler genellikle destinasyonların yerel ve doğal ürünlerini tatmak isterler," şeklinde görüş bildirmiştir.

Katılımcılara, Hücrel tarım ürünleri ile üretilen bir ürünün geleneksel yöntemlerle üretilen bir ürüne göre lezzet profilini nasıl değerlendirirsiniz? Sorusu yöneltilmiş olup, elde edilen veriler doğrultusunda bir katılımcı kararsız, bir katılımcı olumlu ve on dört katılımcı olumsuz olarak değerlendirmiştir. Katılımcı 4; "Hücrel tarım ile üretilen ürünlerin, geleneksel yöntemlerle üretilen ürünlere görüntü açısından benzer yanları olacağına inanıyorum ancak tadı için asla aynı şeyi söyleyemem. Her ne kadar üretimde kolaylık sağlansa da insan daima lezzete bakan bir varlık olarak kalacağından geleneksel yöntem ile hazırlanan ürün daha kıymetlidir."

Gastro-Turistlere, hücrel tarım ürünlerinin mutfaklarda kullanılmasına bakış açınız ne yöndedir? Neden? Sorusu yönlendirilmiş olup, yedi katılımcı olumlu olarak değerlendirirken, dokuz katılımcı olumsuz olarak görüş bildirmişlerdir. Katılımcı 2: "Kişisel olarak sürekli kullanmayı tercih etmem. Sağlık açısından soru işaretleri olur." Katılımcı 11: "Mutfak her zaman farklı ürünlere farklı yöntemlere açık bir

yerdir fakat kullanılması taraftarı değilim çünkü en iyi ürünlerin kendi saf haliyle kullanılmasının daha doğru olduğunu düşünüyorum."

Katılımcılara yöneltilen "lkemizde (Türkiye) Hücresel Tarım uygulanması mümkün müdür? Ve sizce uygulanmalı mıdır? Neden?" sorusuyla ilgili katılımcı görüşlerinin analizi sonucunda, altı katılımcının olumsuz bir görüş belirttiği, diğer on katılımcının ise olumlu bir tavır sergilediği grlmştr. Örneğin; Katılımcı 10, "Bilemiyorum her an her şey olabilir. Mümkün olmalı aslında ama dediğim gibi ülkemizde yöresel yöntemler ağır basabilir. Ama ben uygulanmasını isterim. Nedeni ise elimizdeki kaynakları daha fazla tüketmeden elde edilecek çeşitli ürün yelpazesidir." şeklinde görüş belirtmiştir.

#### **4. SONUÇLAR, TARTIşMA VE ÖNERİLER**

Dünya'daki turizm faaliyetleri incelendiğinde yiyecek içecek hizmetleri son yıllarda önemli bir konuma sahiptir (Karaçar & Göker, 2016). Gastro-turistlerin hücresel tarım konusundaki görüşleri incelendiğinde, çoğunluğunun olumlu yaklaştığı ancak bir kısmının olumsuz ve kararsız olduğu gözlemlenmiştir. Olumsuz görüşler arasında, hücresel tarımın güvenli olmayan, yapay üretim şeklinde nitelendirilebilecek ürünlerin üretimi olarak algılandığı ve sağlık açısından sorunlar doğurabileceği endişeleri bulunmaktadır. Gastronomi turizmi, geleneksel beslenme pratiğinden öte, yerel kültüre özgü yiyecek ve içecekleri deneyimleyerek ziyaretçilere keşfetme fırsatı sunar. Ancak, gastronomi turistlerinin hücresel tarım konusundaki algıları incelendiğinde, genel olarak bu teknoloji hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları ve uygulanmaya hazır olmadığı yönünde bir kanıya varılmıştır. Gastronomi turizmi destinasyonları, sürdürülebilirlik ve gıda güvenliği gibi önemli konuları ele alırken, hücresel tarım gibi yenilikçi yaklaşımların sürdürülebilir gıda üretiminde potansiyel bir çözüm olabileceği belirtilmektedir. Bu teknolojiler, geleneksel tarımın karşılaştığı sorunlara çözüm sunarak, ürün kalitesi, hayvan hastalıkları ve gıda güvenliği gibi meseleleri ele alır. Biyoteknolojik yaklaşımların, sürdürülebilir gıda üretimi için önemli bir rol oynayabileceği ve gelecek nesillere karşı

yapılmış önemli bir katkı sağlayabileceği vurgulanmaktadır. Gastro-turistlerin hücresele tarım uygulamalarına yönelik algılarının ve tercihlerinin incelenmesi, Türk mutfağı üzerinde de etkilerini göstermektedir. Katılımcıların çoğunluğu, bu tür ürünlerin geleneksel yöntemlerle üretilenlere göre lezzet profili açısından dezavantajlı olduğunu düşünmektedir. Ayrıca, hücresele tarım ürünlerinin Türk mutfağına uluslararası bir imaj kazandırıp kazandırmayacağı konusunda da katılımcıların görüşleri çeşitlilik göstermektedir. Bu bağlamda, gastro-turistlerin hücresele tarım konusundaki görüşleri ve tercihleri geniş bir yelpazede değişkenlik göstermektedir. Bu durum, hücresele tarımın gastronomi turizmi ve Türk mutfağı üzerindeki etkilerini değerlendirirken dikkate alınması gereken önemli bir faktördür. Ayrıca bu sonuçlar, hücresele tarımın sürdürülebilir gıda üretimi alanında benimsenmesi ve uygulanması konusunda önemli ipuçları sağlamaktadır. Nitekim Hücresele tarımın sürdürülebilirlik perspektifinden değerlendirilmesi, gelecek gıda krizlerine alternatif bir çözüm sunabileceği ve gastronomi turizmi destinasyonlarında sürdürülebilirlik ilkesinin daha geniş bir şekilde benimsenmesine katkı sağlayabileceği görülmektedir. Ancak, bu teknolojinin daha fazla benimsenmesi ve uygulanması için hem halkın bilinçlendirilmesi hem de altyapı ve politika düzenlemelerinin yapılması gerekmektedir.

## 5. KAYNAKÇA

**Bozok, D. & Yalın, G. (2018).** Gastronomide Yeni Trend: Siyah Yiyecekler. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 2(Ek1), 251-261.

**Cankül, D. & Uslu, N. (2020).** Nörogastronomi ve Duyusal Algılama. Journal of Tourism and Management, 1(1), 64-74.

**Cömert, M. & Çavuş, O. (2016).** Moleküler Gastronomi Kavramı. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 4(4), 118-131.

**Dağdelen, Ş. & Pamukçu, H. (2021).** Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Gastro-Turist Profilinin Belirlenmesi: Gaziantep

ve. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 9(1), 341-365.

**Demir, H. & Altun, Ö. (2021).** Yenilebilir Böcekler ve Kıbrıs Ada Halkının Bakış Açısı. Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 5(4), 2425-2447.

**Demirel, F. (2020).** Bitki ve Hayvan Biyoteknolojisi; Hücresel Tarım ve Nano-Teknoloji. Journal of Agriculture, 3(2), 1-9.

**Gasteratos, K. (2019).** 90 Reasons to Consider Cellular Agriculture.<http://nrs.harvard.edu/urn3:HUL.InstRepos:38573490>, E.T.: 04.04.2024.

**Globenewswire. (2024).** <https://www.globenewswire.com/news-release>, E.T.: 04.04.2024.

**Hatunoğlu, H. (2021).** Adana'nın Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında "Gastronomi Kenti" Olabilirliğine İlişkin Paydaş Görüşleri ve Geleceğe Yönelik Öneriler. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.

**Kadim, I. T., Mahgoub, O., Baqir, S., Faye, B. & Purchas, R. (2015).** Cultured Meat from Muscle Stem Cells: A Review of Challenges and Prospects. Journal of Integrative Agriculture, 14(2), 222-233.

**Karaçar, E. & Göker, G. (2016).** Turizm Destinasyon Çekiciliği Unsuru Olarak Yiyecek İçecek Hizmetleri Üzerine Bir İnceleme: Çankırı Örneği. Journal of Recreation and Tourism Research, 3(2), 73-76.

**Karaçar, E. (2019).** Otel Çalışanlarının İş Tatmini ve Motivasyon Düzey Değişkenleri Üzerine Bir Araştırma: Sinop Örneği. Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 3(1), 55-78.

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

**Mandal, S., Gunasekar, S., Dixit, S. K. & Das, P. (2021).** Gastro-nostalgia: Towards A Higher Order Measurement Scale Based on Two Gastro Festivals. *Tourism Recreation Research*, 1-23.

**Mattick, C. S. (2018).** Cellular Agriculture: The Coming Revolution in Food Production. *Bulletin of the Atomic Scientists*, 74(1), 32-35.

**Milburn, J. (2018).** Death-free Dairy? The Ethics of Clean Milk. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 31(2), 261-279.

**Nesterchuk, I., Balabanyts, A., Pivnova, L., Matsuka, V., Skarha, O. & Kondratenko, I. (2021).** Gastronomic Tourism: Features and Development Tools.

**Phillips, C. J. & Wilks, M. (2019).** Is There A Future for Cattle Farming? In: *Environmental, Health and Business Opportunities in the New Meat Alternatives Market* pp.239-259. UK: IGI Global.

**Potter, G., Smith, A. S., Vo, N. T., Muster, J., Weston, W., Bertero, A. ... & Rostain, A. (2020).** A More Open Approach is Needed to Develop Cell-Based Fish Technology: It Starts with Zebrafish. *One Earth*, 3(1), 54-64.

**Rubio, N., Datar, I., Stachura, D., Kaplan, D. & Krueger, K. (2019).** Cell-based Fish: A Novel Approach to Seafood Production and An Opportunity for Cellular Agriculture. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 3, 43.

**Saavoss, M. (2019).** How Might Cellular Agriculture Impact the Livestock, Dairy, and Poultry Industries? *Choices*, 34(1), 1-6.

**Sarıışık, M. & Kardeş, N. (2019).** Gastronomi Akımları ile Renklerin İlişkisi Üzerine Bir İnceleme. In: *International Conference on Eurasian Economies*. pp.430-438. Famagusta.

**Skryl, T., Gregoric, M. & Dugi, V. (2018).** Culinary Trends in the Republic of Croatia As Part of Gastro Tourism

Development. European Research Studies Journal, 21(3), 465-475.

**Stephens, N., Di Silvio, L., Dunsford, I., Ellis, M., Glencross, A. & Sexton, A. (2018).** Bringing Cultured Meat to Market: Technical, Socio-Political and Regulatory Challenges in Cellular Agriculture. Trends in Food Science&Technology, 78, 155-166.

**Tekindal, M., Özden, S. A., Gedik, T. E., Ahmet, E. G. E., Ferman, E. R. İ. M. & Tekindal, M. A. (2021).** Nitel Araştırmaların Raporlanmasında Standartlar: SRQR Kontrol Listesinin Türkçe Uyarlaması. OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 18(42), 1-1.

**Tuna, M., Kargiglioğlu, Ş. & Ağaoğlu D. (2020).** Tarım Turizminin Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma Açısından Önemi: Bodrum Mandalına Bahçeleri Örneği. International Journal of Contemporary Tourism Research, 2020, 31-47.

**Tuomisto, H. L. & Teixeira de Mattos, M. J. (2011).** Environmental Impacts of Cultured Meat Production. Environmental Science&Technology, 45(14), 6117-6123.

**United Nations. (2019).** World Population Prospects 2019: Highlights. Department of Economic and Social Affairs, Population Division.

**Waschulin, V. & Specht, L. (2018).** Cellular Agriculture: An Extension of Common Production Methods for Food. The Good Food Institute, Washington

**Weinrich, R., Strack, M. & Neugebauer, F. (2020).** Consumer Acceptance of Cultured Meat in Germany. Meat Science, 162, 107924.

**Williams, H. A., Yuan, J. & Williams Jr, R. L. (2019).** Attributes of Memorable Gastro-tourists' Experiences. Journal of Hospitality&Tourism Research, 43(3), 327-348.

**Yazıcıoğlu, İ. & Aydın, A. (2018).** Yeşil Restoran Uygulamaları Üzerine Nitel Bir Araştırma: İstanbul Örneği. Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi, 1, 55-79.

**Yıldız, M. & Yılmaz, M. (2020).** Gastronomi Alanındaki Trendlere Bir Bakış. Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 5, 19-35.

**Yılmaz, H. & Erden, G. (2017).** Renklerin Çorbaların Tat Algısı Üzerindeki Etkilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 5(Special Issue 2), 265-275.

**Yılmaz, İ., Akay, E. & Er, A. (2021).** Nörogastronomi. Aydın Gastronomy, 5(2), 143-156.



# **TURİZM VE DESTİNASYON ARAŞTIRMALARI**

**VII**

## **BÖLÜM V**

---



# **TURİZMİN BÖLGESEL KALKINMAYA ETKİSİ**

**İsmail BİLGİÇLİ**

Doçent Doktor, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi,  
bilgicli@subu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-1697-032X

## **1. GİRİŞ**

Dünya ekonomi tarihinde gelişmişlik farkları, bölgeler ve ülkeler arasında yaşanan mücadelelerin en önemli nedenleri arasındadır. Sosyal ve ekonomik alanlarda oluşan bu farklılıkların oluşmasında en önemli etken sahip olunan kaynakların homojen şekilde dağılımının sağlanamamasıdır. Sonuç olarak, ülke ve bölgelerin kalkınması da farklı hız ve zamanlarda oluşurken, gelişmişlik farklarına neden olmaktadır. Bölgesel kalkınma, nitelik ve nicelik açısından gerçekleşen ilerlemelerdir. Kültürel, sosyal ve politik faktörlerin ilerleyişi nitelik olarak, ekonomik olarak ilerleyiş ise nicelik olarak bölgelerin gelişmişliğini ifade etmektedir. Ekonomiler açısından bölgesel kalkınmanın gerçekleşmesinde en önemli sektör, sanayi sektörü olarak görülmekte iken sanayi sektörünün ihtiyacı olan sermaye birikiminin sağlanmasında turizm yardımcı sektör konumunda olmaktadır.

Dünya Turizm Örgütü verilerine göre turizm sektörünün gelecek yıllarda sürekli artan bir ivme ile gelişmeye devam edeceği öngörülmektedir. Turizm sektörü ülke ve bölgeler için sadece ekonomik ve sosyal değil aynı zamanda ekonomik olarak da büyük katkılar sağlayan sektörlerdendir. Turizm sektörü, ülkelerin kültürel, doğal ve tarihi değerlerinin aktif bir şekilde değerlendirilmesine katkı sağlarken, bölgesel kalkınmayı da destekleyerek dengeli kalkınmaya katkı sağlayan sanayi alanında gelişmeyen bölgelerin gelişmişlik farklarını azaltan bir etki göstermektedir. Turizm, ekonomik katkı sağlamakla birlikte sosyal olarak oluşturduğu farkındalıklar sayesinde ekonomik refahın diğer sektörlerle

yayılmasına ve ülkenin tanıtımına katkı sağlayan önemli sektörlerdendir.

Gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomiler için turizm arz ve talebinin oluşturduğu ekonomik hareketlilik vazgeçilemeyen bir kaynak olarak görölmektedir. Turizmin ülke ve bölge ekonomilerine sağladığı önemli katkılar, Türkiye gibi turizm arz unsurları açısından zengin ülkeler için önemli kaynak olarak değerlendirilmektedir. Sanayinin yeterince gelişmediği bazı bölgelerde turizm sektörü bir yatırım enstrümanı olarak çeşitlilik oluşturmakta ve kalkınmayı desteklemektedir. Türkiye sahip olduğu sanayi alt yapısı ve tarım alanlarına ek olarak turizm arz değerlerini etkin kullandığında diğer gelişmiş ülkeler ile ekonomik farklılıklarını azaltmaya örnek olabilecek ülkelerdendir. Türkiye’de turizm sektörünün etkin ve verimli kullanılması, ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmanın sağlanması açısından önemlidir.

Günümüzde bazı destinasyonlarda tarım ve sanayi sektörleri etkin bir şekilde kullanılmakta, fakat turizm sektörü sahip olduğu avantajlara rağmen yeterince değerlendirilememektedir. Bu alışma genelde bölgesel kalkınmada turizmin rolünü araştırmak, özelde ise sahip olunan turizm arz unsurlarını, turizm hareketlerini gösteren istatistiki veriler ile destekleyerek kalkınmada turizmin önemini ortaya çıkarmayı hedeflemektedir. Çalışmada turizmin sosyo-ekonomik etkisi, fiyat istikrarına etkisi, ekonomik etkisi, gelir düzeyine etkisi, altyapı yatırımlarına etkisi gibi konular araştırılmaktadır. Sonuç olarak turizmin ekonomik etkilerinden bahsedilerek, tarihi değerlerin, doğal güzelliklerin, konumun ve sosyo-ekonomik özelliklerin, bölgelerin turizm potansiyeline etkisi ile ilgili genel bir değerlendirme yapılarak, turizmin bölgesel kalkınmaya katkısı olup olmadığının açıklanmaktadır.

## **1.1. İlgili Alanyazın**

### **1.1.1. Turizmin Sosyo-Ekonomik Etkileri**

Turizm etkilediği alanların genişliğinin yanı sıra, ağırlıklı olarak ekonomik katkıları ile değerlendirilmektedir. Bunun en önemli nedeni olarak turizmin ekonomik etkilerinin çok kısa

sürede görülmesi ve gerçekleşmesidir. Turizm, özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için, döviz geliri oluşturması ve istihdam yaratması gibi etkiler ile bölgelerarası ekonomik dengeyi sağlayan sektörlerdendir (Sinclair, 1998). Turizm sektörü oluşturduğu sosyo ekonomik etkileri nedeniyle, gelişmekte olan ülkelerde oluşan ekonomik sorunların çözümüne katkı sağlamakta, bölgeler arasındaki gelişmişlik dengesizliğini gidererek kalkınmada adaletin ve eşitliğin sağlanmasını desteklemektedir (Özdemir ve ark., 2000).

### **1.1.2. Turizmin Ekonomik Etkileri**

Turizm sektörünün faaliyetleri gerçekleşirken yapılan harcamalar, ülkelerin ekonomilerinde parasal değişikliklere ve etkilere sebep olmaktadır. Turizmin uluslararası yapısı gereği ekonomik etkileri içinde döviz arz ve talebi en önemli etkiler olarak öne çıkmaktadır. Turizm sektörü, ülkelerin ödemeler bilançosunu olumlu etkileyerek değişimine katkı sağlamakta ve bu özellik ekonomik büyümenin temel kaynağını oluşturmaktadır (Saridoğan, 2019). Turizm ülke ekonomisinde döviz getirisini kısa sürede sağlayarak, yatırımları ve ülke gelirlerini artırıcı etkisi ile cari açığı gidermede diğer sektörlerden farklılık göstermektedir (Beyaz & Karabacak, 2018).

#### **1.1.2.1. Turizmin Dış Ödemeler Dengesi ile Döviz Arz ve Talep Etkileri**

Cari işlemler hesabı, ülkelerin ihracat ve ithalat kayıtlarının yer aldığı, ekonomik işlemlerin kaydedildiği hesaptır. Ödemeler dengesini sağlamada son derece etkili olan cari işlemler açıklarını minimum seviyede tutmak özellikle gelişmekte olan ülkelerin en önemli ekonomik hedeflerindendir (Seyidoğlu, 1999). Turizmden elde edilen gelirin ödemeler dengesi üzerindeki yeri çok önemlidir. Turizm sektöründe gerçekleştirilen faaliyetler neticesinde yapılan seyahatlerde gelen yabancılara ve diğer ülkelere giden vatandaşlara sunulan hizmetler döviz akımını meydana getirmektedir (Durgun, 2006). Turizm faaliyetleri sırasında ülkeye gelen turistlerin yapmış oldukları tüketim harcamaları görünmeyen ihracat olarak adlandırılmaktadır. Turizmin ülkeler için

ekonomik önemi, sektöre olan ilginin artmasına neden olurken, ülkelerin döviz girdisini artırmak için vergi indirimleri ve farklı kambiyo türleri uygulamaları gerçekleştirmelerine neden olmaktadır (Ünlüöner, 1992).

**Tablo 1. Turizm Gelirlerinin İhracatı Karşılama Oranı (Milyon \$)**

| Yıl  | İhracat   | Turizm Gelirleri | Turizmin İhracata Oranı (%) |
|------|-----------|------------------|-----------------------------|
| 2016 | 149.246,9 | 22.839,4         | 15,3                        |
| 2017 | 164.494,6 | 27.044,5         | 16,4                        |
| 2018 | 177.168,7 | 30.545,9         | 17,2                        |
| 2019 | 180.832,7 | 38.930,4         | 21,5                        |
| 2020 | 169.637,7 | 14.817,2         | 8,7                         |
| 2021 | 225.214,4 | 30.173,5         | 13,4                        |
| 2022 | 254.191,5 | 46.284,9         | 18,2                        |

Kaynak: türsab.org.tr

### 1.1.2.2. Turizmin Fiyat İstikrarına Etkisi

Tüm sektörlerde mal ve hizmet fiyatlarında oluşan artışlar talebi etkilemektedir. Bu etkileri, ikame etkisi ve gelir etkisi olarak ele alırken, turistlerin gelirlerinin değişmediği durumlarda mal ve hizmet fiyatlarının artışının talebe yansması gelir etkisini ortaya çıkararak turizm talebini sınırlandırmaktadır. İkame etkisi ise herhangi bir turistik mal ve hizmet fiyatlarında oluşan artışların, turistlerin satın alma isteklerini yerine geçebilecek farklı ürünlere yöneltmesidir. Sonuç olarak turistik mal ve hizmet fiyatlarında meydana gelen artışlar gelir ve ikame etkisi ile ülkeye gerçekleşecek turizm akımını azaltmaktadır (Şeker, 2011). Ekonomilerde enflasyon etkisi ile gerçekleşen mal ve hizmet fiyatlarındaki artış, turistlerin talepleri üzerinde etkili olurken karşılıklı turizm faaliyetlerinin de enflasyon üzerinde etkisi söz konusudur. Turizm sektörünün mevsimsel özelliği nedeniyle turizm hareketinin çeşidine göre belirli zaman dilimlerinde fiyatlar artmaktadır. Yüksek gelir düzeyine sahip ve harcama kapasitesi bulunan turist kitlesinin talebi, destinasyonlarda mal ve hizmetlerin fiyatlarında artırıcı etkiye sahip olmaktadır. Turizm sektörü diğer sektörleri etkileyecek şekilde destinasyonlarda enflasyonu artırma yönünde baskılar oluşmasına neden olabilmektedir (Yıldırım, 2005).

### 1.1.2.3. Turizmin Gelir Üzerine Etkileri

Turizmde yabancı turistlerin yapmış oldukları harcamalar çarpan etkisiyle gelir etkisi oluşturmaktadır. Ekonomi içinde sürekli el değiştiren bu gelir turizmin etkili olduğu diğer sektörlerde de gelir artışı meydana getirmektedir (Kar ve ark., 2004). Gelişmekte olan ülkeler, turizmi ekonomik kalkınmalarında etkili bir araç olarak görmektedir. Turizm görünmeyen ihracat etkisiyle ülke ekonomileri için ciddi gelir oluşturmaktadır (Unur, 2000). İktisat bilimi açısından bakıldığında gelen turistlerin yaptığı hizmet alım harcamaları gelir etkisi oluştururken milli geliri artırmaktadır (Balaguer & Contavella, 2002). Turizme katılan turistlerin talep artışına karşılık vermek için yapılan turistik yatırımlar, tüm ilgili sektörlerin üretim maliyetlerinde artışa neden olabilmektedir. Turizm sektöründe gelir etkisi dönemsel olarak farklılıklar göstermektedir (Kızılgöl & Erbaykal, 2008).

**Tablo 2. Turizm Gelirleri, GSYİH İçindeki Payı, Harcamaların Yıllara Göre Dağılımı**

| Yıl  | Turizm Gelirleri<br>(1000 \$) | Ortalama Harcamalar<br>(\$) | Turizmden Elde Edilen<br>Gelirlerin GSYİH İçindeki<br>Payı (%) |
|------|-------------------------------|-----------------------------|----------------------------------------------------------------|
| 2016 | 22 839 468                    | 728                         | 2,6                                                            |
| 2017 | 27 044 542                    | 700                         | 3,1                                                            |
| 2018 | 30 545 924                    | 669                         | 3,8                                                            |
| 2019 | 38 930 474                    | 751                         | 5,1                                                            |
| 2020 | 14 817 273                    | 936                         | 2                                                              |
| 2021 | 30 173 587                    | 1028                        | 3,7                                                            |
| 2022 | 46 284 907                    | 901                         | 5,1                                                            |

Kaynak: türsab.org.tr

### 1.1.2.4. Turizmin İstihdam Etkileri

Turizm sektörü tüm ekonomilerde işsizlik sorunlarının çözümünde önemli bir sektördür. Turizmin emek-yoğun bir sektör olması sebebiyle hizmet verenin emeğinin talep edilmesi turizmi diğer sektörlerden ayırmaktadır (Hepaktan & Çınar, 2010). Ayrıca diğer sektörler ile olan yakın ilişkisi nedeniyle toplam istihdama olumlu katkı sağlamaktadır (Martin ve ark., 2004). Turizm sektörünün mevsimsel özelliği nedeniyle belirli zaman dilimlerinde turizmin istihdama katkı oranı değişkenlik göstermektedir (Güner, 2018). Turizm sektöründe

Çalışma yaş aralığına sahip olanların turistlere hizmet sunma amaçlı yaptığı çalışmalar istihdamı oluştırmaktadır (Tutar ve ark., 2013). Turizm sektöründe istihdam türlerini üç başlık altında incelemek mümkündür (stn, 2022).

- Dolaylı istihdam,
- Uyarılmış istihdam ve
- Doğrudan istihdam.

Turizm sektöründe nitelikli personel eksikliklerinin giderilmesi için tüm ülkelerde turizm konusunda eğitim veren kuruluşlar bulunmaktadır. Turizmin ekonomilerin istihdamları üzerindeki etkisi yine ülkelerin ekonomik kaynakları, siyasal ve sosyal yapıları ve ekonomik büyüme düzeyleri ile yakın ilişki içerisindedir (akır, 2002).

## **1.2. Bölgesel Kalkınma ve Turizm İlişkisi**

Kalkınma, sosyal, ekonomik ve kültürel anlamda toplumların st seviyelere ulaşması anlamına gelmektedir (Durgun, 2006). İktisadi olarak kalkınma ise ekonomilerde ve toplumlarda yapısal değişimleri açıklamaktadır (Ersungur, 2016). Ülkelerin ekonomilerinde temel amaç mevcut kaynakların verimli ve etkin bir şekilde kullanılarak kalkınmanın sağlanmasıdır (Sevinç, 2011). Bölgesel kalkınma kavramı ise ülkelerin coğrafı olarak belirli alanlarında ekonomik ve sosyal gelişim olarak ifade edilmektedir. Bölgeler, yapılarına ve gelişme düzeylerine göre ekonomik analizlerde değerlendirilmektedir. Bölgeler sınıflandırılırken önemli ölçütler ekonomik, sosyal ve fiziki yapılar olmaktadır (Güner, 2018). Bölgeler değişim ve gelişim açısından sürekli dinamik bir yapıya sahiptir ve sahip olmaktadır. Bu bölgeler az gelişmiş ve gelişmiş bölgeler olmak üzere iki şekilde değerlendirilmektedir. Gelişmiş bölgeler diğer bölgeler ile kıyaslandığında ekonomik ve sosyal açıdan avantajlı olmakta ve gelir seviyeleri yüksek bölgeler olarak öne çıkmaktadır (Kulaksız, 2008).

Az gelişmiş bölgeler ise, gelişmiş bölgelerle karşılaştırıldığında avantajlı olmayan bölgelerdir. Günümüzde temel sorunlardan birisi ülkeler ve bölgeler arası gelişmişlik

farklarının oluşmasıdır. Gelişmiş ülkeler kaynakların dağıtılmasında etkinliği öne çıkarırken, gelişmekte olan ülkeler ise gelir dağılımında adaletin sağlanması konusuna öncelik vermektedirler (Baykal, 2010). Bölgesel kalkınmanın amacı eşitsizliklerin giderilmesi ve ülke genelinde refahın bireylere adil dağılımının sağlanmasıdır. Bunun gerçekleşebilmesi için uygulanan veya planlanan kalkınma politikalarının, bölgelerin gelişmişlik düzeylerine göre farklılıklar göstermesi mümkün olmaktadır (Arslan, 2005). Bölgelerarası kalkınma dengesizliğinin giderilmesi farklı sektörlerle bağlıdır. Tarım ve sanayi alanında gelişmeyen bölgeler, sahip oldukları turizm arz unsurları ile diğer bölgelere oranla daha hızlı kalkınabilmektedir. Bacasız sanayi olarak bilinen turizm sektörü, arz ve talep kaynaklarının çeşitlendirilmesini sağlayarak ülkelerin ve bölgelerin gelişmeleri üzerinde olumlu etkiler oluşturmaktadır (Baykul & Maden, 2017).

Turizm sektörü az gelişmiş bölgelere gelişmiş bölgelere oranla daha fazla katkı sağlamaktadır. Bunun nedeni turistlerin yoğun şehir yaşamından kaçmak için sesiz ve doğal güzelliklere sahip daha az gelişmiş bölgeleri tercih etmesidir (Williams & Shaw, 1995). Turizm faaliyetlerinin yoğun olduğu bölgelerde, tüm ekonomik işletmelerin kalkınma sürecinde yer alması ile kültürel ve sosyal anlamda da gelişme gerçekleşmektedir. Turizm oluşturduğu katma değer ile bölgelerin ekonomilerine önemli katkılar sağlamakta, turistik harcamalar milli geliri artırıcı etkiler oluşturmaktadır. Oluşan katma değer oranının diğer katma değerlere oranla fazla olması turizmin bölgesel kalkınma üzerinde önemli bir rol oynamasını sağlamaktadır. Turizm sayesinde yerel ekonomiler için ek pazar imkânları oluşmakta istihdam ve altyapı sorunları çözülebilmektedir (Künü ve ark., 2015).

Turizm sektörü bölgesel kalkınma üzerine katkı sağlarken refah düzeyinin de artmasını desteklemektedir. Turizm sayesinde, bölgelerde yaşayan halkın refah seviyelerinde artış gerçekleşmektedir. Turizm yapılan bölgelerin altyapı hizmetlerinin gelişmesi bölge sakinlerinin yaşamlarının iyileşmesini desteklemektedir. Niteliksiz insan

kaynaklarının nitelikli işgücüne dönüşü, ekonomide çeşitlilik ve diğer sektörler ile gelişme olanakları sağlanması turizmin bölgesel kalkınmada sağladığı olumlu sonuçlardandır (Bahar, 2006). Turizmin gelişmesiyle birlikte yerel el sanatları ve hediyelik eşya gibi alternatif fırsat ürünlerinin oluşması kaçınılmaz bir durum olmaktadır. Oluşan bu durumu turizmin bölgeler üzerinde gerçekleştirdiğı ekonomik çeşitlilik olarak açıklamak mümkündür. Bölgelerin yönetimlerini gerçekleştiren, kamuyu temsil eden otoriteye ve yerel yönetimlere, turizmin bölgelerin kalkınmasında aracı olarak kullanılmasında önemli görevler düşmektedir (Müller & Jansson, 2005).

### **1.3. Bölgesel Kalkınma Politikaları**

Bölgesel kalkınma politikaları, ülkeler ve bölgeler için gerçekleştirilmek üzere oluşturulmaktadır. Bu politikaların uyum sağlayıcı bir amaç içinde gerçekleşmesi önemlidir. Bu amaçlar, kaynakların eşit bir şekilde dağılımını sağlamak, refah farklarının azalmasını sağlamak ve istikrarı sağlayarak ekonomilerin hızlı büyümesidir. Bu amaçların gerçekleşmesinde özel ve kamu yatırımlarının koordine bir şekilde çalışmasının sağlanarak üretim faktörlerinin dağılımının optimal olması temel hedeftir (Özdemir, 1999). Türkiye gibi bazı ülkeler tarihsel süreçte birçok alanda gelişme göstermesine rağmen bölgeler arasında oluşan dengesizlikleri giderememiştir. Bu dengesizliklerin sürmesi bölgesel kalkınma politikalarının oluşturulmasını gerekli kılmıştır (Takım, 2010). Ülke yönetimleri bölgeler arasındaki gelişmişlik farklarını ortadan kaldırabilmek için bu politikalara ihtiyaç duyarak uygulama gereğı hissetmektedirler. Süreçte uygulanan politikalar dengeli kalkınmaya katkı sağlarken refah seviyesinin artışına destek olmaktadır (Sevinç, 2011).

#### **1.3.1. Bölgesel Kalkınma Politikalarının Araçları**

Günümüzde yalnızca az gelişmiş ülkeler ve gelişmekte olan ülkelerde değil aynı zamanda gelişmiş ülkelerde de sanayileşmenin sonucu olarak bölgeler arasında gelişmişlik farklılıkları oluşmaktadır. Geri kalmış bölgelerin alt yapı, göç ve işsizlik gibi kronikleşmiş sorunları bulunmaktadır. Bu sorunların çözümü ve bölgelerin kalkınması için uygulanan politikalar

ülkelerin gelişmişlik düzeylerine göre farklılıklar gösterebilmektedir. Ülkeler geri kalmış bölgeleri geliştirmek için vergi avantajları, kamu yatırımlarında öncelikler, bölgesel kalkınma ajansları vasıtasıyla uygulamalar ve vergi dışı mali avantajlar gibi araçlar kullanmaktadır. Girişimcilerin desteklenmesi amacıyla vergi avantajları uygulaması kapsamında gelir vergisi indirimi, kayıt ve tescil vergilerinde indirimler, gümrük vergisi muafiyeti uygulamaları kullanılmaktadır. Vergi dışı mali avantajlar aracının uygulanmasında, enerji indirimleri, kredi avantajları, bedelsiz arazi tahsis ve devlet garantileri gibi enstrümanlar kullanılmaktadır. Bölgesel kalkınma ajanslarının kullanılmasında temel amaç sürdürülebilir bir kalkınmanın desteklenmesi ve sağlanmasıdır. Kamu yatırımları kapsamında girişimcilere fiziksel ve altyapı konusunda desteklemeler gerçekleştirilmektedir. Sonuç olarak bölgesel kalkınma politikaları araçları kullanılmasında temel hedef bölgeler arası gelişmişlik farklarının en aza indirilmesidir.

### **1.3.2. Bölgesel Kalkınma Politikalarının Temel İlkeleri**

Bölgeler arasındaki mevcut gelişmişlik farklarının ortadan kaldırılması veya en aza indirilmesi için kullanılan bölgesel kalkınma politikaları; sosyal karlılık, kalkınma kutbu ve halkın katılması ilkesi olarak üçe ayrılmaktadır (Ersungur, 2016). Sosyal karlılık ilkesinde bir bölgede toplumsal faydanın özel faydaya tercih edilmesinin gerekli olduğu temel alınmaktadır. Karlılık hedefi işletmeleri faaliyete geçirecek girişimcilerin üretim kararı vermesinde önemlidir. Girişimciler öncelikle karlılık hedefine uygun yatırımlara yönelmek isteyeceklerdir. Bu nedenle yatırım yapılacağı bölgenin neresi olacağı önemli olmaktadır. Yatırımcılar, yapmış oldukları yatırımların karlı olması ve bu karlılığın en kısa sürede yüksek seviyelere ulaşmasını sağlayacak bölgelerdeki yatırımlara yönelmek istemektedirler. Sosyal karlılık ilkesinin gereği olarak karlılık bekleyen yatırımcıların yatırım yapmadığı bölgelere yatırımlar devlet tarafından yapılmalıdır. Yatırımlar öncelikle devlet tarafından yapılmazsa bu bölgelerin geri kalmışlık

farklarının azalması mümkün olmayacak ve daha fazla artması gerçekleşebilecektir (Yılmaz & İncekaş, 2018).

Kalkınma kutbu ilkesine göre ekonomik gelişme, bir ülkenin bütün bölgelerinde aynı anda başlamayacağı, rastlantısal bir şekilde şiddetlerinin farklı olacağı ve gelişiminin farklı noktalarda görülerek ekonominin geneline yayılacağı şeklinde-dir. Kalkınma kutuplarının sürekli aynı şekilde oluşmaması bu ilkede vurgulanırken, kalkınma kutuplarının oluşumunda yatırım politikalarının bütün sektörlere değil, kalkınma bölgelerinin özelliklerine göre hızlı gelişim gösteren sektörlere yöneltilmesi önemli olmaktadır (Yılmaz & İncekaş, 2018). Son ilke olan halkın katılımı ilkesinde ise kalkınma politikalarının iyi uygulanabilmesi yerel halkın politikalarda söz sahibi olması yani katılımcılığın gerçekleşmesi ile mümkündür. Halkın katılımında ekonomik ve sosyal ortam beraberliğinin bölgesel kalkınma politikalarında sağlanması önemli olmaktadır. Halkın katılımının sağlanması meslek odaları, sanayi odaları, ticaret odaları ve ziraat odaları gibi kuruluşlar aracılığıyla olmaktadır (stn, 2022).

### **1.3.3. Turizm Odaklı Kalkınma Araçları**

Turizm sektörü ekonomik etkileri ve uluslararası özelliği sebebiyle gerçekleştirilen ülkelerin dış ticaretinde önemli bir yere sahiptir. Bu etkisi sebebiyle turizm sektörü bölgesel kalkınmanın gerçekleşmesinde önemli alternatifler oluşurmaktadır. Turizm faaliyetlerinin yoğunlaştığı destinasyonlarda hediye-lik eşya ve yerel el sanatları gibi üretim alanları oluşmaktadır. Turizm bu bölgelerde yerel üretim olanaklarının artmasına imkân sağlamakta, olumlu etkiler oluşurmakta ve yerel halkın refah seviyesinin artmasını sağlamaktadır (akır ve Sandalcılar, 2018). Turizm doğrudan veya dolaylı bir şekilde ekonomiye çeşitlilik yönlü katkı sağlayarak bölgesel ekonomi üzerinde kalkınma yönlü olumlu durum oluşurmaktadır (Müller & Jansson, 2005). Ülkelerin sahip oldukları kültürel ve doğal güzellikleri verimli ve akılcı bir şekilde sunmaları halinde, ekonomilerini pozitif anlamda etkileyen gelir kaynaklarının oluşması sağlanmaktadır (Aktaş, 2005). Turizm odaklı bölgesel kalkınma için kullanılacak

araçlar; sergiler, fuarlar, rekreasyon alanları, eğlence parkları, konferanslar, bölgesel doğa parkları ve kültür merkezleridir (DPT, 2008).

#### **1.3.4. Türkiye Turizminde Planlı Dönemler**

Türkiye’de planlı dönem öncesi olarak 1923-1960 yılları arası sayılmaktadır. Planlı dönem öncesi devlet tarafından yapılan turizm faaliyetleri çok az veya sınırlıdır. Turizm ile ilgili işler, 1939 yılından başlayarak Ticaret Bakanlığı tarafından gerçekleştirilmiştir. Daha sonra, 1940’lı yıllardan itibaren Basım ve Umum Müdürlüğüne, 1949 yılından sonra ise Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğüne bağlı olan Turizm Dairesi tarafından yürütülmüştür. 1953 yılından sonra Turizm Endüstrisini Teşvik kanunu getirilerek turizm sektörüne yatırım yapmak isteyen girişimcileri desteklemek için vergi muafiyetleri getirilmiştir. Devlet tarafından sağlanan teşvikler turizmin gelişmesine katkı sağlamış ve planlı döneme geçişte turizme daha fazla önem verilmesine sebep olmuştur (Ünlüönen & Kılıçlar, 2004).

Türkiye’de planlı dönem 1960’lı yıllardan sonra adlandırılmaya başlanmıştır. Bu dönemde, turizm sektörünün gelişmesini sağlamak için önemli düzenlemeler yapılmıştır. Bu dönemde, ülkenin altyapısı kapsamlı bir şekilde ele alınarak turizm sektöründe devlet tarafından öncü tesisler kurulmaya başlanmıştır. 1960’lı yıllardan sonra, turizm sektörünün geliştirilerek ülke ekonomisine destek olmasını sağlamak amacı ile birinci beş yıllık kalkınma planı yapılmıştır (Acuner, 2006). 1960 yılından sonra turizm sektörünün gelişmesi için gereken önem gösterilmiş ve beş yıllık kalkınma planlarında çeşitli hedefler belirlenmiştir. Yapılan kalkınma planları kapsamında ülkede turizmin durumu ve sektörün analizinin yapılması için gerekli olan araçlara vurgu yapılmıştır (Sözen, 2007). Planlı döneme geçiş olarak kabul edilen 1963 yılından itibaren ülkemizde turizm sektöründe önemli gelişmeler yaşanmıştır. 1963 yılından sonra belirlenen beş yıllık kalkınma planları ile Türkiye turizminde gerçekleşen gelişmeleri değerlendirmek mümkündür.

### **1.4.1. Birinci (1.) Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967)**

Türkiye’de 1963 ve 1967 yıllarında uygulanan kalkınma planı ile turizmde hedefler ve ilkelerin belirlenmesi gerçekleşmiştir. Bu planlamada öncelikli hedef olarak ödemeler dengesindeki açığın kapanmasını sağlamak ve turizmden fayda sağlamak olmuştur. İlke olarak ülkenin sahip olduğu doğal kaynakların turizm sayesinde değerlendirilerek ekonomik kaynağa dönüşmesini sağlamak benimsenmiştir. Turizm gelirlerini artırmak için turizm yatırımlarının ve tanıtım faaliyetlerinin artırılması hedeflenmiştir. Dönemin şartları gereği kaynakların sınırlı olması sebebiyle yatırımlar sadece turist talebinin yoğunlaştığı bölgelere yapılmıştır. Hedeflenen politikalar şöyle sıralanabilir (DPT, 1963).

- Yatırım teşviklerinin sağlanması çalışmalarına öncelik verilmesi,
- Yabancı ziyaretçi sayılarının artırılmasının sağlanması,
- Kaynakların etkin ve verimli değerlendirilmesi konusuna öncelik verilmesi,
- Konaklama ve ulaştırma olanaklarının değiştirilmesi,
- Hizmet kalitesinin artırılması için gereken çalışmaların yapılması,
- Personelin eğitim seviyesinin artırılması,
- Turizmde çeşitliliğin sağlanması ve
- Turizm için gerekli kanuni düzenlemelerin yapılmasıdır.

Birinci beş yıllık kalkınma planı ile belirlenen hedeflerin %81’i ilk üç yıl içinde gerçekleşmiş fakat ortaya çıkan bazı aksaklıklar nedeniyle tam anlamıyla istenen sonuca ulaşılamamıştır. 1966-1967 yıllarında hedeflenen turist sayısına ulaşılmış fakat arz kapasitesi olarak hedeflere ulaşılamamıştır. İlk planlama döneminde özel sektör ve kamu kurumları arasında koordinasyon eksiklikleri oluşmuş, sonuç olarak beklenen gelir seviyesine ulaşılamamıştır (Tuncel, 2019).

### **1.4.2. İkinci (2.) Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972)**

İkinci beş yıllık kalkınma planında turizmin ekonomik etkileri ile birlikte kültürel ve sosyal etkilerinden bahsedilmektedir. Bu planda turist sayısı ve gelirini artırırken iç turizm faaliyetlerinin geliştirilmesini sağlamak da hedeflenmektedir. İkinci kalkınma planı döneminde turistik yatırımlara devlet teşvikleri verilmesi, alt yapı faaliyetleri geliştirilmesi yeni fonların oluşturulması hedeflenmektedir. Beş yıllık kalkınma planlarının ikincisi döneminde istenen hedeflere ulaşılamamıştır. Bu dönemde turizm sektörü için ayrılan kaynakların imalat sanayiine aktarıldığı gözlemlenmiştir (Büyüksalvarcı ve ark., 2016).

### **1.4.3. Üçüncü (3.) Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977)**

Üçüncü beş yıllık kalkınma planı hedefleri içinde halkın turizm faaliyetlerine katılması ile gerçekleşen kitle turizmi faaliyetleri önemlidir. Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma planı döneminde Türkiye’de Acenteler Birliği (1972) kurulmuş ve seyahat acentelerinin bir araya toplanması sağlanmıştır. Altyapı yatırımları kapsamında özellikle Akdeniz ve Ege bölgelerinde elektrik, su, karayolu ve havayolu ile ilgili yatırımlar artırılmıştır. Beş yıllık üçüncü kalkınma döneminde turizm politikaları aşağıdaki şekilde belirlenmiştir (DPT, 1972).

- Kamu çalışanlarına tatil yapma olanaklarının sağlanması,
- Turistik alanları koruyan mevzuatın hazırlanması,
- Turizm eğitimlerine önem verilmesi ve istihdam olanakları sağlanması,
- Plansız yatırımların önüne geçilerek planlı olması yönünde gerekli tedbirlerin alınması,
- Özel sektörün turizm yatırımı yapması konusunda öncelik verilmesi ve
- Kitle turizm faaliyetlerini geliştirecek tanıtım ve yatırımların yapılmasıdır.

#### **1.4.4. Dördüncü (4.) Beş Yıllık Kalkınma Planı (1979-1983)**

Türkiye’de turizm arzında hızlı gelişme süreci 1980’li yıllardan sonra başlamıştır. Bahsi geçen dönemlerde turizm yatırım açısından ciddi ivme yakalamış, yabancı firmaların yatırım ilgisi artmıştır (Somoncu, 2020). 1982 yılında gerçekleştirilen Turizm Teşvik Kanunu ile yatırımların turizm sektörünü geliştirecek alanlara yapılması, kaynakların etkin bir şekilde kullanılması hedeflenmektedir. Turizm faaliyetlerinde özel sektörün girişimleri desteklenerek turizm gelirlerinin ekonomi içindeki payının sürekli artışının sağlanması hedeflenmiştir (Acuner, 2006). Dördüncü beş yıllık kalkınma döneminde hedeflenen turizm politikalarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (DPT, 1979).

- Turist girişlerinde vize kolaylıkları getirilmesi,
- Döviz bozdurma işlemlerinin zorunlu hale getirilmesi,
- Sosyal turizm faaliyetlerinin artırılması,
- Yabancı personel istihdamının kolaylaştırılması ve artırılması,
- Kamp ve dinlenme tesislerinin iç turizmde kullanılması,
- Yabancı yatırımların özendirilmesi ve
- Kitle turizminin artışını destekleyecek alt ve üstyapının yapılmasıdır.

Dördüncü beş yıllık kalkınma döneminde temel hedeflerden en önemlisi olarak kamp ve dinlenme tesislerinin geliştirilmesi için yatırımların yapılması ön plana çıkmıştır. Bu dönemde genç kuşağın turizm faaliyetine katılması ve turizm eğitiminin yaygınlaştırılıp geliştirilmesi için yapılan faaliyetlerin gözden geçirilmesi gerçekleştirilmiştir (Akça, 2016).

#### **1.4.5. Beşinci (5.) Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989)**

Beş yıllık beşinci kalkınma döneminde kıyı turizmi dışında yat, kış ve konferans turizminin geliştirilmesi için hedefler ortaya koyulmuştur. Bu planda hedeflerin

gerçekleştirilmesi çalışmalarında doğa dengesinin gözetilmesi önemli olarak görülmüştür. Bu dönemde hedeflenen turizm politikaları aşağıdaki şekilde sıralanabilir (DPT, 1984).

- Kitle turizmi gelişiminin yanında bireysel turizmin de gelişmesini sağlamak,
- Alternatif turizm kaynaklarının gelişmesi için tedbirler almak,
- Turizm bankası tarafından kredi kullandırmaya öncelik verilmesi ve
- Türkiye ile dış paydaş ülkeler arasındaki turistik ilişkileri geliştirmektir.

#### **1.4.6. Altıncı (6.) Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994)**

Beş yıllık altıncı kalkınma planı döneminde, konaklama tesislerinde doluluk düzeyinin artırılması, turizm süresinin uzatılması, turizmin tüm yıla yayılması, alt ve üst yapının geliştirilmesi, alternatif turizm faaliyetlerinin yaygınlaştırılması gibi hedefler bulunmaktadır (Dinçer & Çetin, 2015). 1990'lı yıllarda turizm sektöründe meydana gelen daralma Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planının oluşmasına neden olmuştur. Beş Yıllık Kalkınma Planlarının altıncısında hedeflenen turizm politikaları (DPT, 1989).

- Turizm istihdamında personel eğitim açığının kapatılması,
- Yerli seyahat acentelerinin tur operatörlüğüne teşvik edilmesi,
- Halkın turizme katılımını sağlayıcı tatiller oluşturulması,
- Küçük turizm işletmelerinin teşvik edilmesi ve
- Alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi ve teşvik edilmesidir.

#### **1.4.7. Yedinci (7.) Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000)**

Beş Yıllık Kalkınma planlarının yedincisi kapsamında doğal ve kültürel varlıkların sürdürülebilir korunması, doğal sermayenin korunması, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin geliştirilmesi, sertifikasyon sitemine geçilmesi ve Turist

Rehberliği mesleğinin etkinliğini artırmak için Rehberler Birliği yasasının çıkarılması hedeflenmektedir (DPT, 1989). 1996-2000 yılları arasında uygulanan bu planlamada sürdürülebilirlik üzerinde durulmuştur. Doğal ve kültürel varlıkların korunması, turizmin çeşitlendirilmesi için yazlıkların turizme açılması gibi hedefler belirlenmiştir. Bu planlama döneminde hedeflere ulaşılması için gereken hukuki ve yasal düzenlemelerin yapılması istenmiştir. Bu kapsamda aşağıdaki yasaların çıkarılması hedeflenmiştir (Tuncel, 2019).

- Deniz Turizmi Birliğini Sağlama Yasası,
- Türkiye Pansiyon İşletmeleri ve Pansiyon işletmecileri Birliği Yasası,
- Türkiye Rehberler Birliği Yasası ve
- Türkiye Turistik Otelciler ve İşletmecileri Birliği Yasası.

#### **1.4.8. Sekizinci (8.) Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005)**

Beş Yıllık Kalkınma Planlarının sekizinci dönemi, Türkiye’de turizm sektöründe önemli ilerlemelerin gerçekleştiği, turizm gelirleri ve sayısında önemli artışların yaşandığı dönemdir. Bu dönemde önemli ilerlemeler yaşanmasına rağmen yeniliklerin gerçekleştirilmesinin gerekliliği de ortaya çıkmıştır (Sözen, 2007). Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planında tarihi mekânların ve fiziksel vrenin korunması, işgücü kalitesinin artırılması, Türkiye’nin dünya ülkeleri içinde turizm gelirinin artırılması, Turizm teşvikleri sağlanmasında hava ulaştırmasının geliştirilmesi ve kalitenin iyileştirilmesine ağırlık verilmesi hedefleri belirlenmiş, dönem sonunda ülkeye gelen turist sayısı ve ekonomi içindeki turizm gelirlerinin payı artmıştır (DPT, 2000).

#### **1.4.9. Dokuzuncu (9.) Beş Yıllık Kalkınma Planı (2007-2013)**

Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminin temel teması olan sosyal kalkınma ve ekonomik büyümenin gerçekleşebilmesi için rekabet gücünün artırılması hizmet kalitesinin yükseltilmesi ve işsizliğin azaltılması

hedeflenmektedir. Türkiye 2000'li yıllarda turizm yatırımlarına verdiği önem sebebiyle turizm gelirleri açısından ilk on ülke arasında yer almıştır. Bu dönemde Türkiye'nin turizm elde ettiği gelir artmış ve Türkiye dünyada en çok turist kabul eden ülkeler arasında ilk onlara girmiştir. Bu dönemde ülkelerin kitle turizmine olan ilgisi artarken kültürel miras değerlerinin afet riskine karşı korunmasının öneminden bahsedilmiştir. Kırsal kalkınmada turizmin kullanılması katma değeri yüksek hizmetlerin sunulması, fiyatların ve kalitenin iyileştirilmesi, alt yapının geliştirilmesi, bölgesel gelir adaletinin sağlanmasında turizmin kullanılması ve turizmde ürün çeşitlendirilmesinin sağlanması Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı hedeflerindendir. Bu dönemde turizm yatırımlarına önem verilmesi turizm sektörünün ekonomideki payının artmasına neden olmuştur (Dilek & Dilek, 2017).

#### **1.4.10. Onuncu (10.) Beş Yıllık Kalkınma Planı (2014-2018)**

Turizm kalkınma planları turizm sektörünün gelişmesini hedeflerken turist başına düşen harcamadan elde edilen gelir seviyesinde istenilen düzeye ulaşamamıştır. Onuncu Kalkınma Planına kadar uygulanan planlar ile istenilen düzeyde hedeflere ulaşamamıştır. Turist sayısında artışa rağmen turist başına düşen harcama oranlarının istenilen düzeyde yükselmemesi endişe oluşturmıştır. Onuncu kalkınma Planında eko verimlilik ve yeşil büyüme kavramları çerçevesinde sürdürülebilir turizm ön plana çıkmıştır (Dinçer & Çetin, 2015). Onuncu Beş Yıllık Kalkınma planı hedefleri aşağıdaki şekildedir (DPT, 2013).

- Öncelikli bölgelerin tespit edilmesi,
- İşgücünün niteliğinin artırılması,
- Sürdürülebilir turizmin geliştirilmesi,
- Çevreye duyarlılık,
- Halkın kararlara katılımının sağlanması ve
- Turizm türleri konusunda projeler oluşturulmasıdır.

#### **1.4.11. On Birinci (11.) Beş Yıllık Kalkınma Planı (2019-2023)**

2019-2023 arası yıllarında uygulanan On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında lke turizmine en çok gelir getiren turizm türlerinin tespit edilmesi ve sağlık turizminin geliştirilmesi hedeflenmiştir. Bu kalkınma planının diğer planlardan farkı kitle turizmi yerine destinasyon tanıtımlarının ön plana alınmasıdır. Kalkınma Planı döneminde olumsuz siyasi olaylar ve Covid-19 salgınının etkisiyle istenilen hedeflere ulaşılmasına rağmen yaşanan dalgalanmalara istinaden hedeflerde değişikliklere gidilmiştir (Batuhan, 2020). Bu plan kapsamında hedeflenen politikalar aşağıdaki şekildedir (Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019).

- Turizm tesislerinin niteliklerini sürdürülebilir turizm kapsamında geliştirmek,
- Turizm destinasyonlarında atık sistemlerinin alt yapı yatırımlarını gerçekleştirmek,
- Yatak kapasitesini artırmak,
- Kaynakları geliştirmek,
- Yeni kaynak pazarlar oluşturmak,
- Konaklama süresini uzatma çalışmaları yapmak,
- Sağlık turizmini geliştirmek ve
- Turizm sektörü açısında iklim değişikliklerinin etkisini araştırmaktır.

Planlı dönemin başlamasından sonra turizm sektörü oldukça gelişme göstermiştir. Planlamada belirlenen hedefler ile uygulama sırasında entegrasyon sorunları oluşmuştur. Yapılan fiziki planların turizm planlarıyla bağlantısız hazırlanmasıyla alt yapı ve st yapı arasında uyumsuzluklar ortaya çıkmaktadır. Planlamalarda genel algı turizm konusunda yapılacak tanıtımların kamunun görevi gibi algılanması ve yükün tamamen kamuya bırakılmasıdır. Son yıllarda gerçekleştirilen planlamalarda ise tanıtımın sadece

kamunun değil aynı zamanda özel sektöründe görevi olduğu benimsenerek, planlamalarda etkin bir uygulamaya geçilmiştir. Kalkınma planlarının yapılmasında temel hedef turizm sektörünün gelişmesi ile ilgili sorunlara uzun vadeli çözüm arayışlarıdır. İlk yapılan planlarda kitle ve kıyı turizminin gelişmesine öncelik verilirken sonraki planlamalarda değişen tüketici tercihlerine bağlı olarak değişiklikler gerçekleştirilmiştir. Planlamalarda hedefler arasında olmasına rağmen gelişimin sürdürülebilirliğinin sağlanıp sağlanamadığı konusunda tartışmalar sürmüştür.

## **2. SONUÇLAR, TARTIŞMA VE ÖNERİLER**

Ülke ekonomilerinde küreselleşme ile oluşan bölgesel dengesizlikler tam olarak çözülemeyen sorunlardandır. Bölgesel gelişme dengesizliklerinin ortaya çıkardığı sorunlar olan işsizlik, yoksulluk, alt ve üst yapı eksiklikleri ve ekonomik durgunluk gibi sorunların ortadan kaldırılması için pek çok ülke oluşturdukları kalkınma politikalarında bölgesel dengesizliklerin giderilmesinin önemi üzerinde durmuşlar ve çalışma sergilemişlerdir. Ekonomilerde dengesizliklerin giderilmesi ve kalkınmanın sağlanması için bölgesel kalkınma araçları kullanılmaktadır. Turizm endüstrisi istihdamı artırma etkisi, alt ve üst yapıyı geliştirici etkisi, diğer sektörlerle uyarıcı etkisi, döviz getirisi sağlaması gibi katkıları ile bölgesel kalkınmada önemli araçlardan birisidir. Turizm sektörü ekonomik etkilerinin yanında yerel halkın kullanabileceği sosyal alanların oluşturulması, toplu taşımada gelişmenin yaşanması, yerel kültürlerin tanıtımı ve kültürlerarası etkileşimin sağlanması gibi sosyal etkilere de yol açmaktadır.

Ekonomide meydana gelen olumlu gelişmeler neticesinde insanların yaşam sürelerinin uzaması, kişilerin eğitim seviyelerinin artması, teknolojinin gelişmesi, ulaşım olanaklarının gelişmesi ve ulaşım sürelerinin kısalması ile oluşan merak duygusunun giderilmesi istekleri nedeniyle turizm hareketlerine katılım artmıştır. Öncelikle turizme katılım istekleri kitlesel turizm hareketleri ile deniz, kum ve güneş üzerine yoğunlaşmıştır. Kitle turizm hareketlerinin gerçekleştiği doğal ortam ve sosyo-kültürel çevreye verdiği olumsuz etkilerin

oluşmasıyla turizmde sürdürülebilirlik kavramı tartışılmaya başlanmıştır. Sürdürülebilirlik konusunda çözüm üretebilmek adına alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi çözüm olarak öne sürölmüştür. Günümüzde sürdürülebilir turizm kapsamında alternatif turizm türlerinin gelişmesi ve uygulaması devam etmektedir.

Yatırımların belli bölgelerde yoğunlaşması bölgelerarası dengesizliklerin oluşmasına neden olmaktadır. Bölgeler arasında oluşun bu dengesizliklerin sosyo-költürel, ekonomik ve siyasal açıdan olumsuz etkileri olmaktadır. Bu etkiler; işsizlik, yoğun göç hareketlerinin oluşturduğu çarpık kentleşme ve alt yapı yetersizliği gibi olaylara da yol açmaktadır. Tüm bu olumsuz etkilerin ortadan kaldırılması için ölkeler geri kalmış bölgelerini geliştirmek için sosyo-ekonomik anlamda kalkındırma amacı ile birtakım politikalar üretmektedirler. Türkiye’de diğer ölkeler gibi oluşun bölgelerarası dengesizlikleri gidermek için tarihi boyunca kalkınma politikaları oluşturmuştur. Politikalar planlı dönemden öncesi ve sonrasında olarak ikiye ayrılmaktadır. Politikalar bölgelerarası dengesizliğin giderilmesi ve dengeli bir kalkınmanın gerçekteşmesini amaçlamaktadır. Planlı dönemlerde hedeflenen başarının istene düzeyde elde edilememesi sonucu bölgelerin gelirlerini artırıcı farklı politikalar üretmesini gerekli kılmıştır.

Turizm sektörü sanayi ve tarım açısından yeterince gelişmemiş bölgelerde zengin turizm potansiyelinin kullanılarak bölgesel kalkınmada önem taşımaktadır. Fakat bölgelerin kalkınmasında turizm sektörü tek başına yeterli olmazken, diğer sektörlerle olan olumlu etkileri ile yardımcı sektör olarak aracılık yapma niteliğine sahip sektör konumundadır. Refah seviyesinde meydana gelen artışlar, kalabalık kent yaşamının sosyal hayat üzerine oluşturduğu olumsuzluklar gibi nedenlerden huzurlu ve sakinlik arayan insanların turizme yönelmeleri kaçınılmaz olmaktadır. Ayrıca tanıtım ve reklam gibi faaliyetlerde insanları turizme katılmaya yönelten nedenler arasındadır. Turizm faaliyetlerinin tercih edeceği bölgeler daha

çok zengin turizm arz değerlerine sahip bölge veya ülkeler olarak görünmektedir.

Turizm hareketlerinin yoğun tercih ettiği bölgelerde doğal olarak ekonomik büyüme ve gelir düzeyinde artışlar yaşamaktadır. Bölgesel gelirlerin ülkelerin gelir seviyelerine yansması ile milli gelirin turizm gelirlerinden pozitif etkilendiği sonucunu çıkarmak mümkündür. Turizm bölge ekonomilerini desteklerken istihdam sorununun çözümünde katkı sağlamakta fakat mevsimsel işsizlik gibi kronik bir duruma da yol açmaktadır. Bu etkilerinden dolayı turizm arz değerleri açısından zenginliği bulunan bölgelerde turizm politikalarının etkili ve verimli şekilde uygulanması gelişmişlik farklarının en aza indirilmesinde etkili olmaktadır. Turizm açısından yatırım çeken bölgelere yapılan kaynak aktarımı sayesinde ekonomik faaliyetlerde çeşitlilik sağlanırken gelir artışı ve istihdam katkısı desteklenmektedir.

Dünyada turizm potansiyeline sahip olan ülkeler arasında rekabet yoğun bir şekilde yaşanırken, ülkelerin değişik turizm potansiyeline sahip olan bölgeleri arasında da rekabet yaşanmaktadır. Bu kapsamda ülkelerin ve bölgelerin turizm faaliyetlerinden beklenen hedefleri elde edebilmeleri için kalkınma politikaları kapsamında yapmaları gerekenler ile ilgili aşağıdaki önerileri getirmek mümkündür.

- Bölgelerin kalkınması için alternatif turizm türlerine yönelik çalışmalar yapılabilir.
- Ulaşım sistemlerinin alt ve üst yapısı geliştirilebilir.
- Mevsimsel yoğunlaşmayı önleyici turizm türleri (Sağlık, kongre turizmi vb.) geliştirilebilir.
- Turizm sektöründe hizmet verecek personelin iyi bir eğitim alması çalışmaları yapılabilir.
- Yerel halkın ve esnafın turizm bilincini geliştirecek çalışmalara ağırlık verilebilir.
- Kamu ve özel sektör arasındaki koordinasyonun geliştirilmesine ağırlık verilebilir.

Sonuç olarak turizm sektörü, bölgelerin ekonomik kalkınmasında etkili olan ancak yeterli olmayan, gelecek vaat eden önemli bir sektördür. Turizm sektörü yeterli yatırımların yapılması, elde edilen gelirin yerel halk başta olmak üzere adil bir şekilde dağılımının sağlanması ile kalkınmada öncelikli bir sektör konumunda olabilir.

### 3. KAYNAKÇA

**Acuner, ř. (2006).** Alternatif Turizm Türlerinin Doğu Karadeniz Bölgesi Turizm Potansiyelinin Gelişmesine Etkisi. Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları.

**Akça, Y. (2016).** Türkiye'nin Kalkınma Planlarında Turizm Politikası. International Conference on Euroasian Economics.

**Aktaş, C. (2005).** Türkiye'nin Turizm Gelirlerini Etkileyen Değişkenler ve Değişkenler İçin En Uygun Regresyon Denklemi Belirlenmesi. Doğuş Üniversitesi Dergisi, 6(2), 163-174.

**Arslan, K. (2005).** Bölgesel Kalkınma Farklılıklarının Giderilmesinde Etkin Bir Araç: Bölgesel Planlama ve Bölgesel Kalkınma Ajansları. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 4(7), 275-294.

**Bahar, O. (2016).** Küreselleşme Sürecinde Türkiye'de Turizm Sektörüne Sağlanan Teşvikler. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(4), 34-53.

**Balaguer, J. & Cantavella, J., M. (2002).** Tourism as A Long-Run Economic Growth Factor: The Spanish Case. Applied Economics, 34(7), 877-884.

**Batuhan, T. (2020).** On Birinci Kalkınma Planında Turizm Politikaları. Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(2), 77-84.

**Baykal, N. (2010).** Türkiye'de Bölgesel Kalkınma Açısından Kalkınma Ajanslarının Misyonu: Kayseri rneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.

**Baykul, A. & Maden, S. I. (2017).** Bölgesel Kalkınma ve Turizm İlişkisi: TR61 Bölgesi Üzerine Bir Değerlendirme. Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi, 2(1), 65-73.

**Beyaz, Z. & Karabacak, G. (2018).** Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Cari İşlemler Dengesi Üzerindeki Etkisi. European Journal of Managerial Research Dergisi, 2(2), 56-75.

**Büyükşalvarcı, A., Şapcılar, M., C. & Bayrakçı, S. (2016).** Kalkınma Planları Kapsamında Turizm Endüstrisinin Değerlendirilmesi. Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi, 11, 186-201.

**Çakır, P. (2002).** Turizm Sektörünün İstihdam Yapısı ve Sorunları. Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 18(1), 195-202.

**Çakır, R. A. & Sandalcılar, A. R. (2018).** Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkileri: Rize Ayder Turizm Bölgesi Örneği. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8, 342-360.

**Dilek, S. E. & Dilek, N. K. (2017).** Dünyada ve Türkiye’de Yaşanan Olayların Turizme Yansımaları: 1960’tan Günümüze Tarihsel Bir Değerlendirme. Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10(2), 1083-1108.

**Dinçer, M. Z. & Çetin, G. (2015).** Kalkınma Planlarında Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık.

**Durgun, A. (2006).** Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü: Isparta Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

**Ersungur, M. (2016).** Bölgesel İktisat Teori, Politika ve Uygulama. Ankara: İmaj Yayınevi.

**Güner, K. (2018).** Turizm Sektörünün Bölgesel Kalkınma Üzerine Etkisi: Giresun Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ordu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ordu.

**Hepaktan, E. & ınar, S. (2010).** Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri. Sosyal Bilimler Dergisi, 8(2), 135-154.

**Kar, M., Zorkirişçi, E. & Yıldırım, M. (2004).** Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme. Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 8, 87-122.

**Kızılgöl, Ö. & Erbaykal, E. (2008).** Türkiye’de Turizm Gelirleri ile Ekonomik Büyüme ilişkisi: Bir Nedensellik Analizi. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13(2), 351-360.

**Kulaksız, Y. (2008).** Türkiye’de Bölgesel Gelişmişlik Farkları, İstihdam ve Kurum Hizmetlerinin Çeşitlendirilmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü, Ankara.

**Künü, S., Hopoğlu, S., Gürkan, S. Ö. & Güneş, Ç. (2015).** Turizm ve Bölgesel Kalkınma Arasındaki İlişki: Doğu Karadeniz Bölgesi Üzerine Bir İnceleme. İğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7, 1-93.

**Martin, J. L. E., Morales, N. M. & Scarpa, R. (2004).** Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A Panel Data Aproach. Natural Resources Management, 1-20.

**Müller, D. K. & Jansson, B. (2005).** Tourism in Peripheries Perspectives from the North and South, Department of Social and Economic Geography. Umea University, Sweden.

**Özdemir, K. (1999).** Bölgesel Kalkınma Politikaları ve Türkiye’de Bölgesel Dengesizliği Azaltmada Teşvik Uygulamalarının Önemi. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15, 121-126.

**Özdemir, M., Gürkan, M. İ. & Kırıl, M. (2000).** Turizm Hareketlerinin Sosyo-Ekonomik Yapıya Etkisi: Belek, Karpas ve Girne Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme. Turizm Araştırmaları Dergisi, 11(2), 79-84.

**Sarıdoğan, H. Ö. (2019).** Turizmin Ekonomik Etkileri: Akdeniz Ülkeleri Örneği. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 21(4), 1308-1315.

**Sevinç, H. (2011).** Bölgesel Kalkınma Sorunsalı: Türkiye’de Uygulanan Bölgesel Kalkınma Politikaları. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 6(2), 35-54.

**Seyidoğlu, H. (1999).** Uluslararası İktisat, Teori Politika ve Uygulama. İstanbul: Güzem Yayınevi.

**Sinclair, M. T. (1998).** Tourism and Economic Development: A Survey. The Journal of Development Studies, 34(5), 1-51.

**Somoncu, M. (2020).** Turizmin Kalkınmaya Etkisi ve Türkiye Turizmindeki Bölgesel Farklılıklar. IV. Ulusal Coğrafya Sempozyumu. ss.163-178, Ankara Üniversitesi Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi.

**Sözen, Ö. M. (2007).** 1982 Sonrasında Türkiye’de Uygulanan Turizm Politikalarının Çanakkale Turizmine Etkileri. Sosyo Ekonomi Dergisi, 6(6), 64-88.

**Şeker, H. (2011).** Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü ve Amasya Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

**T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı. (1963-1968-1972-1979-1984-1989-1995-2000-2006).** Kalkınma Planları.

**T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2019).** On Birinci Kalkınma Planı, 2019-2023.

**Takım, A. (2010).** Türkiye’de Bölgesel Kalkınma Planlarının İktisat Politikalarının Performansına Etkisi: Zonguldak-Bartın ve Karabük Örneği. Social Sciences Dergisi, 5(3), 259-275.

**Tuncel, V. (2019).** Kalkınma Planlarının Turizm Politikaları Perspektifinde Değerlendirilmesi. Tourism and Recreation Dergisi, 1(2), 58-66.

**Tutar, F., Alpaslan, C., Tutar, E. & Erkan, Ç. (2013).** Turizm Sektörünün İstihdam Üzerine Etkileri. Global Journal of Economics and Business Studies. 2(4), 14-27.

**Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (2024),** <https://www.tursab.org.tr/turizm-geliri/yillara-gore-turkiyeturizm-geliri>, E.T.: 10.02.2024.

**Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (2024),** <https://www.tursab.org.tr/turkiye-turizm-istatistikleri/turizm-geliri>, E.T.: 10.02.2024.

**Unur, K. (2000).** Turizmin Türkiye'nin Ödemeler Dengesine Etkisinin Analizi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(3), 1-17.

**Ünlüöner, K. (1992).** Turizmin İktisadi Fonksiyonları. Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 10(37), 1-25.

**Ünlüöner, K. & Kılıçlar, A. (2004).** Ekonomik Yansımalarıyla Türk Turizminin Seksen Yılı. Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 1, 131-156.

**Üstün, E. (2022).** Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü: Erzurum Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gümüşhane Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gümüşhane.

**Williams, A. M. & Shaw, G. (1995).** Tourism. Regional Development, 86(1), 50-63.

**Yıldırım, C. (2005).** Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisindeki Yeri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.

**Yılmaz, Z. & İncekaş, E. (2018).** Türkiye'de İnovasyon ve Bölgesel Kalkınma. Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2(1), 154-169.

**TURİZM VE DESTİNASYON  
ARAŞTIRMALARI  
VII**

**BÖLÜM VI**

---



# **AYANCIK TARİHİ BELÇİKA EVLERİ’NİN (KOLONİ MAHALLESİ) POTANSİYEL KONAKLAMA ARZI OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİ**

**İsa UĞUR**

Doktor Öğretim Üyesi, Karabük Üniversitesi,  
isaugur@karabuk.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-4592-8641

**VeySEL TOKDEMİR**

Doktor Öğretim Üyesi, Karabük Üniversitesi,  
veyseltokdemir@karabuk.edu.tr, ORCID ID:0000-0001-9744-9979

## **1. GİRİŞ**

Destinasyonların turizm potansiyelinin tespit edilmesinde öncelikle kapsamlı turizm envanterinin, dönemsel master planlarının ve bu doğrultuda bölgenin çevre kapasitesi sınırları bilinmesi gerekmektedir (Sabbağ, 2011). Turizmin paydaşlarından biri olan konaklama işletmeleri bölge ile bütünleşerek taşıdıkları mimari özellikleri ile referans yapılar haline gelmiştir. Bir yapının konaklama işletmesi için yeniden oluşumu fiziksel, sosya-kültürel ve çevresel şartları göz önünde bulundurularak potansiyel konaklama ihtiyacını karşılamada önemli bir kaynaktır (Apaydın & Eren, 2013).

Ülkemizde turizmin giderek artan önemi ve talebi, turistik destinasyonlarda konaklama kapasitesinin artmasını zorunlu hale getirmiştir. Bu durum, mevcut tarihi yapıların konaklama işletmeleri olarak kullanılmasını gerekli kılmıştır. Bu tarihi yapıların turizm sektöründe kullanılması, kültürel mirasın korunmasıyla birlikte ekonomik ve sosyal faydaların da artmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda, tarihi yapıların turizm amaçlı kullanımı, hem turizm sektörünün büyümesine katkı sağlamakta hem de ülke ekonomisine ve kültürel dokuya olumlu etkiler yapmaktadır. Ayancık, Karadeniz Bölgesi'nde Sinop iline bağlı bir ilçedir. Karadeniz kıyısında yer alan

Ayancık tarihi ve kültürel varlıkları, doğal güzellikleri ve çevresindeki bozulmamış yeşil alanları ile birçok alternatif turizm faaliyetlerine imkân sağlamaktadır.

Ayancık, doğal güzellikleri ve tarihi dokusuyla dikkat çeken turistik bir cazibe merkezi olmasıyla büyük bir potansiyele sahiptir. Bu durum ziyaretçiler için önemli bir fırsat sunmaktadır. Özellikle sahip olduğu plajlar, ince kumları ve berrak deniziyle hem yerli hem de yabancı turistler için henüz keşfedilmemiş bir destinasyon olarak nitelendirilmektedir. Zengin bir tarihi ve kültürel mirasa sahip ilçenin merkezinde yer alan tarihi binalar ve çevresindeki köy evleri, geçmişin izlerini taşıyarak bölgenin tarihî derinliği ile kültürel dokusunu yansıtan önemli unsurlardır. Ayancık'ın merkezinde ve çevresinde bulunan antik kalıntılar ve tarihi yapılar, tarih meraklılarının dikkatini çekmektedir. Bu bölgeler, yerli ve yabancı ziyaretçilere kaleler, kiliseler ve camiler gibi tarihi mekânları keşfetme imkânı sunarak geçmişe dair derinlemesine bir yolculuk yapma fırsatı sağlamaktadır. Son dönemlerde yapılan akademik çalışmalarda (Gür & Köroğlu, 2023) Çaylıoğlu'ndaki Ürgüne Tarlaları, Doğu Giranüstü, Kilise Tepesi, Sulu Kilise ve Büyük Lüvep Tümölüsü gibi somut kültürel miras alanlarının varlığının gün ışığına çıkarılması, tanımlanması ve bölgeye değer katması ilgili vurguların yapıldığı görölmektedir.

Döneminin sosyal, kültürel ve ekonomik yapısını yansıtan, bulunduğu bölgenin tarihinde ve gelişiminde önemli bir yer tutan yapılar olmasıdır. Sinop iline bağlı Ayancık ilçesindeki Zingal TAş fabrikasına ait endüstriyel kalıntılar bu anlamda değerlendirilmesi gereken önemli bir kültür mirasıdır. Günümüzde Ayancık ilçe merkezinde bulunan ve başlangıçta Tomruk fabrikası işçileri için inşa edilen baraka ve lojmanlar, turizm gelişimi açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Bu tür yapılar, geçmişteki endüstriyel dönemlerin izlerini taşıyarak tarihi ve kültürel bir miras olarak görölmektedir. Özellikle bu baraka ve lojmanlar, endüstriyel tesislerin ve işçi yaşamının geçmişine dair önemli birer belge niteliği taşımaktadır (Kaya & Yılmaz, 2018).

Ayancık ve çevresi, turistlerin isteklerine cevap verebilecek doğal güzelliklere, tarihi değerlere ve alternatif turizm çeşitliliğine sahip önemli bir destinasyondur. Bu durumu avantaja çevirmek için sahip olunan bu değerleri en iyi şekilde korumak ve sürdürülebilirliğini sağlamak gerekmektedir. Geçmişten kalan yapıları ve eserleri korumak hatta bunların turizm ürünü olarak kullanarak değerlendirmek hem bölgeye kazanç sağlar hem de bu tarihi yapıların gelecek nesillere aktarılması sağlayacaktır. Turistler açısından bir konaklama tesisi olarak kullanılması düşünülen bu yapılar aynı zamanda tarihi dokuyu yaşayarak deneyimleme fırsatı sunmaktadır. Tarihin izlerinin taşıdığı bu yapılarda konaklamak ziyaretçiler, geçmişe ait hikayeleri ve kültürel mirası yakından hissederek, tarihi bir yolculuk yapma şansı bulabilecektir. Bu deneyimler, turistlere sadece konaklama imkânı sağlamakla kalmaz, aynı zamanda yerel kültürü derinlemesine anlama ve keşfetme şansı vermektedir. Ayrıca, bu tür yapıların turizm açısından önemi, sadece tarihi ve kültürel bir miras olmalarıyla sınırlı değil aynı zamanda bu tesislerin bulunduğu alanlar, turistler için konaklama, yeme içme ve alışveriş gibi hizmetler sunabilecekleri birçok fırsatı da beraberinde getirmektedir (Özkan, 2002).

Bu çalışma, Ayancık ilçesinin zengin tarihi ve kültürel mirası ile doğal güzelliklerini bir araya getirerek alternatif turizm potansiyeline sahip olduğu gerçeğinden yola çıkarak, ilçenin şehir merkezinde yer alan önemli bir konaklama potansiyeline sahip âtıl veya yeterince kullanılmayan Koloni mahallesindeki Belçika evlerin ve yapıların turizme kazandırılması, ilçenin turizm potansiyelini artırarak ekonomik kalkınmasına katkı sağlamaktır. Ayrıca, bu evlerin orijinaline sadık kalınarak restore edilmiş halleri üç boyutlu modelleme yöntemi yeniden oluşturulmuş ve son hallerini görmek amacıyla rendiraları (üç boyutlu görselleştirme) alınmıştır.

## **1.1. İlgili Alanyazın**

### **1.1.1. Ayancık'ta Konaklama Arz Potansiyeli**

Ayancık; bulunduğu konumu, doğal dokusunu bozulmamış olması, tarihi yapıları ve geleneksel mimarisi ve

geniş kitle turizmine yönelik altyapısıyla alternatif turizm potansiyeli barındırmaktadır. 2023 yılı istatistiklere göre; turizm işletme ve belediye belgeli tesislerde konaklayan yerli ve yabancı turist sayısı 5060'dır. Ayancık, Sinop ilindeki diğerk turistik destinasyonlarla (Gerze, Türkeli, Boyabat gibi) karşılaştırıldığında belirgin bir pazar payına sahiptir. Sinop'un turizm sektöründeki gelişmelerine önemli katkılar sağlayarak bölgenin turizm gelirinin yaklaşık olarak %22'sini temsil ettiği grlmektedir. Bu durum, Ayancık'ın bölgede ne çıkan ve tercih edilen bir turistik bölge olduğunu göstermektedir (Yatırım ve işletmeler Genel Müdürlüğü, 2023). Bu çerçevede, bölgedeki konaklama tesislerinin etkinlikleri, bölgeye gelen turistlerin belirlenmesi ve dış çevresinin analiz edilmesi bölge turizminin istenilen seviyelere ulaştırılması sağlanmaktadır. Nitekim Bezirgan & Kömür, (2020) alışmalarında turistik cazibesi olan bir destinasyonda turizmin gelişmesi ve stratejik olarak yönetilmesi için öncelikle geleceğe yönelik planlama yapılması gerekliliğini belirtmektedir. Bu planlama sürecinde, destinasyonun sahip olduğu özelliklerin detaylı bir şekilde belirlenmesi büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda Tablo 1'de yıllara göre Ayancık'ı ziyaret eden ziyaretçi sayıları verilmiştir.

**Tablo 1. Ayancık'a Gelen Toplam Turist Sayısı**

|                | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|----------------|------|------|------|------|------|------|------|
| <b>Türkiye</b> | 7922 | 8766 | 7833 | 4049 | 4178 | 3878 | 5010 |
| <b>Yabancı</b> | 43   | 67   | 44   | 10   | 13   | 17   | 50   |
| <b>Toplam</b>  | 7965 | 8833 | 7877 | 4059 | 4191 | 3895 | 5060 |

**Kaynak:** Yatırım ve işletmeler Genel Müdürlüğü, (2024).

Tablo 1'e göre verilen yıllar arasında yerli turist sayısında genel bir düşüş eğilimi, yabancı turist sayısında ise rakamların üzerinden konuşulmayacak kadar çok düşük olduğu gözlemlenmektedir. Bu durum genel olarak yerel turizm endüstrisinin gelişimi için ciddi bir zorluk oluşturmaktadır. Bu bağlamda, yerel yönetimler ve turizm paydaşları, yerel turizmdeki yabancı turist sayısını artırmak için etkili stratejiler geliştirmelidir. Turizm tanıtımı, pazarlama faaliyetleri, turistik atraksiyonların çeşitlendirilmesi ve turistlerin ilgisini çekecek etkinliklerin düzenlenmesi gibi alanlarda önemli adımlar

atılmalıdır. Ayrıca uluslararası turistler için konaklama, ulaşım ve hizmetlerin iyileştirilmesi de yabancı turistlerin bölgeye çekilmesinde kritik bir rol oynayabilir. Bu sayede, yerel ekonominin ve turizm sektörünün sürdürülebilir bir şekilde büyümesi sağlanabilir.

Bölgeye yapılan teknik bir gezi sonucu Ayancık'ta tespit edilen önemli sorunlardan biri konaklama tesislerinin eksikliğidir. Turizm sektörü için belirgin bir zorluk olan konaklama sorunu, bölgede turistlerin kalması için uygun mekanların sınırlı olmasıyla ilişkilendirilmektedir. Bu durum, potansiyel ziyaretçilerin bölgede uzun süreli konaklama imkanlarına erişimde zorluklar yaşamasına neden olabilmektedir. Bu nedenle, turizm endüstrisinin gelişmesi ve bölgenin turist çekiciliğinin artması için konaklama tesislerinin geliştirilmesi veya çeşitlendirilmesi önemli bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır. İlçede yer alan Öğretmenevi ve Aso Müdürlüğü, Karahan Otel, Saymoz Otel, Yavuzlar Otel ve Cumhuriyet Meydanındaki Sarioğlu Otel gibi önemli tesisler, bölgede konaklama imkanları sunmaktadır. Ancak bu tesislerin sayısı, bölgedeki konaklama talebini karşılamak için yetersiz kalmaktadır. Özellikle turizm sezonlarında ve özel etkinliklerde, Ayancık'ın turist çekme potansiyeli göz önüne alındığında, mevcut konaklama kapasitesinin yetersiz olduğu görülmektedir. Bu durum, bölgedeki konaklama arzının talebi karşılamakta zorlanması ve turistlerin alternatif konaklama imkanları arayışına girmesine yol açmaktadır. Dolayısıyla Ayancık'ta konaklama arzının artırılması ve yeni tesislerin inşa edilmesi, bölgenin turizm potansiyelini daha etkin bir şekilde değerlendirmesi açısından önemlidir.

Sinop İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünden alınan bilgilere göre ilçedeki konaklama işletmelerinin sayısı aşağıdaki Tablo 2'de yer almaktadır.

**Tablo 2. Ayancık'ta Faaliyet Gösteren Konaklama Tesisleri**

| Konaklama Tesisleri            | Oda Sayısı | Yatak Sayısı |
|--------------------------------|------------|--------------|
| Kamu Misafirhane (Öğretmenevi) | 21         | 60           |
| Sarioğlu Otel                  | 9          | 18           |
| Saymoz Otel                    | 21         | 60           |
| Yavuzlar Otel                  | 18         | 40           |

|                      |           |            |
|----------------------|-----------|------------|
| Yörük Pansiyon       | 15        | 36         |
| Kuğu Yalısı Pansiyon | 10        | 20         |
| <b>Toplam</b>        | <b>94</b> | <b>234</b> |

**Kaynak:** Sinop İl Kùltür ve Turizm Müdürlüğü, (2024).

Tablo 2'ye göre, Ayancık'ta konaklama tesisleri merkezi bir konumda yoğunlaşmaktadır. Ayancık'ta bulunan konaklama tesislerinin sayısı oldukça sınırlıdır: sadece bir kamu misafirhanesi, üç otel ve iki pansiyon mevcuttur. Bu bölgedeki toplam konaklama tesislerinin sadece altı adet olduğunu göstermektedir. Konaklama tesislerinin sınırlı sayısı, özellikle bölgeye gelen ziyaretçi sayısının son yıllarda artış göstermesi ile birlikte, konaklama seçeneklerinin çeşitliliğinin artması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Bu bağlamda, bölgedeki konaklama altyapısının geliştirilmesi ve genişletilmesi gerekliliği ön plana çıkmaktadır. Daha fazla konaklama tesisi inşa edilmesi veya mevcut tesislerin kapasitelerinin artırılması, Ayancık'ın turizm potansiyelini daha iyi değerlendirmesine ve bölge ekonomisine olumlu katkı sağlamasına yardımcı olacaktır. Bu tür gelişmeler, bölgeye yönelik turizm talebini artırarak, yerel işletmelerin büyümesini ve istihdamın artmasını destekleyerek bölge kalkınması için önemli bir adım olarak görülmektedir.

İlçenin merkezinde bulunan Belçika evleri, konaklama arzı potansiyeli açısından önemli bir değer taşımaktadır. Bu tür tarihi yapılar, genellikle yerel mimari özellikleri yansıtan ve geçmişin izlerini taşıyan önemli somut kültürel miraslardır. Ancak, zaman içinde bakımsızlık ve ihmal nedeniyle birçoğu tahrip olmuş durumdadır. Bununla birlikte, uygun restorasyon ve bakım çalışmalarıyla bu evlerin bir kısmı eski ihtişamlarına kavuşturulabilir ve konaklama tesislerine dönüştürülebilir.

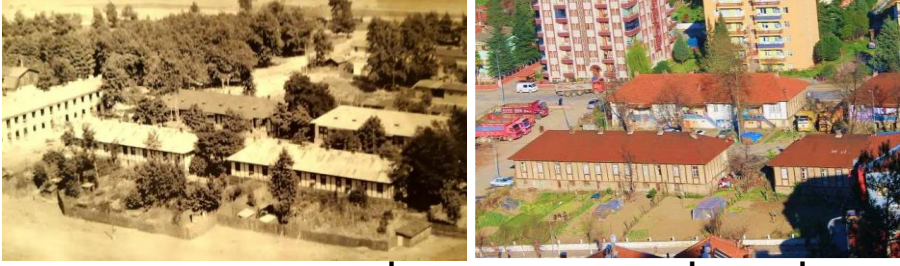
Bu durum, tarihi ve kültürel değeri yüksek olan bu yapıların yeniden canlandırılması ve turizm amaçlı kullanımının artırılması potansiyelini göstermektedir. Tarihi dokunun korunması ve yerel kültürün yaşatılması adına yapılan bu tür restorasyon projeleri, ilçenin turizm çekiciliğini artırabilir ve ziyaretçilerin ilgisini çekebilir. Belçika evlerinin turizm amaçlı olarak restore edilerek kullanılması, ilçenin

konaklama imkanlarının çeşitlenmesine ve turizm hareketliliğinin artmasına önemli bir katkı sağlayabilmektedir.

### **1.1.2. Ayancık Tarihi Belçika Evleri (Koloni Mahallesi)**

Sinop ilinin Ayancık ilçesinde bulunan Kepez, İnaltı, Çangal ve Zindan ormanlarının işletme yetkisi uzun vadeli bir anlaşma ile Zingal şirkete verilmiştir. Şirketin adı, Zindan ormanlarının ilk hecesi ile Çangal ormanlarının son hecesini birleştirilerek "ZİNGAL" olarak ortaya çıkmıştır. Ayancık bölgesindeki ormanların işletilmesine ilişkin ilk faaliyetler, 1928 yılında başlamış olup, bu süreç 1929 ve 1930 yıllarında Çekoslovak ve Avusturyalı uzmanlar ile Türk ormancılar tarafından yürütülmüştür (Kılıç., 2022).

Çeşitli ülkelerden gelen fabrika çalışanları için 35 lojman ve baraka inşa edilmiştir. Zingal şirketine ait lojmanlar ve barakaların toplam alanı 1942 yılında 4.629 metrekare olarak belirlenmiştir ve Zingal şirketi, kendi personeli ve yerel halkın sosyal yaşamına katkı sağlamak üzere tenis kortları, futbol, voleybol ve basketbol sahaları gibi aktivite alanları ile sanatsal etkinliklerin düzenlenebileceği birimlerin kurulmasını teşvik etmiştir. Fabrikanın yabancı bir sermaye tarafından işletilmesi, farklı ülkelerden gelen birçok kişinin çeşitli pozisyonlarda fabrikada istihdam edilmesine yol açmıştır. Bu bireyler, işleriyle birlikte aileleri ve çocuklarıyla birlikte Ayancık'a taşınmışlardır. Bu göç dalgası, ilçede önemli bir kültürel etkileşimin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Farklı kültürlerle sahip insanlar bir araya gelerek kendi geleneklerini ve yaşam tarzlarını birbirleriyle paylaşmışlardır. Bu süreç, Ayancık'ın sosyal dokusunu zenginleştirmiş ve çeşitlendirmiştir, ayrıca farklı kültürler arasında anlayış ve uyumun artmasına katkıda bulunmuştur (Yılmaz , 2004; Kaya & Yılmaz, 2018). Aşağıdaki resimler (Resim 1) 1945 yılında fabrika işçileri için inşa edilmiş lojmanların zamanla yerel halk tarafından yaşam alanı olarak kullanıldığını belgelemektedir. Bu resimler, lojmanların ilk amacının ötesinde, zaman içinde yerel toplumun konut ihtiyaçlarını karşılamak üzere adapte edildiğini göstermektedir.



**Resim 1. 1945 Yılında İnşa Edilen Fabrika İşçileri İçin Yapılmış ve Sonradan Yerel Halk Tarafından Kullanılan Lojmanlar**

**Kaynak:** Kaya, (2015); Kılıç, (2022).

Zingal şirketinin kurduğu fabrika ve işletme sistemi, günümüz modern Ayancık'ın oluşumunda ve ilerlemesinde kritik bir rol oynamıştır. Bölgede istihdam yaratmış, altyapıyı geliştirmiş ve yerel ekonomiye katkı sağlayarak bölgenin genel kalkınmasında önemli bir rol oynamıştır. Ayrıca, günümüzde bu tesislerin varlığı, bölgenin turizm potansiyelini artırmış ve Ayancık'ı turistler için çekici hale getirmesini sağlamaktadır. Ayancık'ta 1929 yılında kurulan kereste fabrikası, dönemin Avrupa'nın ve Türkiye'nin önde gelen kuruluşlarından biri olarak kabul edilmektedir. Bu tarihten itibaren faaliyet gösteren fabrika, bölgenin ekonomik ve endüstriyel yapılanmasına önemli katkılarda bulunmuştur. Zaman içinde büyüyen ve gelişen bu tesis, kereste üretimindeki teknolojik yenilikleri benimseyerek sektördeki nc konumunu korumuştur. Fabrikada alışan ve tomruk üretimi için istihdam edilen binlerce kişi, Ayancık bölgesinde önemli bir sosyo-ekonomik dinamizm oluşturmuştur. Bu istihdam fırsatları, sadece fabrika çalışanlarıyla sınırlı kalmamış, aynı zamanda çevredeki köylerde yaşayanların da iş bulma imkanlarını artırmıştır. Bu durum, bölge genelindeki ekonomik faaliyetlerin canlanmasına ve yerel halkın yaşam standartlarının yükselmesine katkı sağlamıştır. Ayrıca, fabrikanın bulunduğu bölgeye yönelik olarak yurt içinden ve yurt dışından glerin artmasıyla birlikte demografik yapının da değişmesine neden olmuştur. Dolayısıyla Ayancık'ta sanayi sektörünün istihdam sağlaması, sadece ekonomik açıdan değil, aynı zamanda sosyal ve

demografik dinamikleri de şekillendirmiştir. (Kaya & Yılmaz, 2018).



## **Resim 2. Geçmiş ve Günümüz Koloni Mahallesi Lojman Görüntüleri**

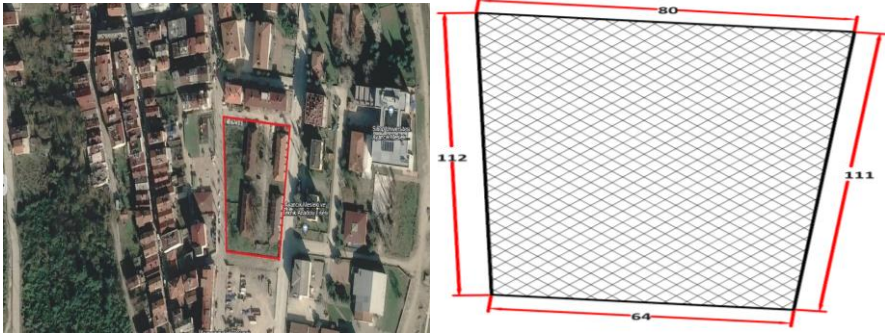
**Kaynak:** Kaya & Yılmaz, (2018).

Lojmanlar, geçmişten günümüze kadar varlıklarını sürdürmüş olmalarına rağmen, bölgede gerçekleştirilen saha araştırması sonucunda kullanılmadıkları ve şehir merkezinde atıl bir durumda oldukları belirlenmiştir. Ayancık'ın turizm potansiyelini artırma ve sürdürülebilir turizm olanaklarını geliştirme konusundaki eksiklikleri ele alan çalışmaların oluşu görülmektedir. Literatürde az sayıda da olsa hem bu lojman ve barakaların atıl durumda olmasına değinilmiş hem de bölgedeki turizm altyapısının eksikliklerini ve turizm endüstrisine yönelik stratejik planlama ve yönetim yaklaşımlarını değerlendirmektedir (Kaya, 2015).

### **1.1.2.1. Ayancık Tarihi Belçika Evlerinin (Koloni Mahallesi) Konaklama İşletmesi Olarak Değerlendirilmesi**

Tarihi Belçika evlerinin merkezi konumda yer alması bir konaklama işletmesi olarak kullanılabilirliğini, günümüzde mevcut konumunun çevresel özellikleri, donanımları, otopark imkânı, ulaşım olanakları ile bölge ve çevresinin turizm potansiyeli gibi faktörler bir konaklama işletmesinin ihtiyacını ve uygunluğunu ortaya koyan etmenlerdir. Bir konaklama tesis olarak kullanılacak yapının seçiminde değerlendirilmesi gereken hususlardan biri konaklama işletmesinin o yapı için

uygun olup olmadığıdır. Bu bağlamda Tarihi Belçika evlerinin konaklama işletmesi olarak uygunluğunu değerlendirirken mimari ve tarihi özelliklerinin turistik konaklama standartlarına uygun olduğu gözlemlenmektedir. Ayancık ve çevresindeki potansiyel turizm olanakları düşünöldüğünde diğer önemli bir hususta yapının hedeflenen kitleye hitap edip etmediğidir (Apaydın & Eren, 2013). Bölgeye ziyaret eden turistlerin azlığı (bkz. Tablo 1) ve konaklama sürelerini kısa olmasının (bkz. Tablo 2) sebeplerinden bir tanesi de konaklama arzının yetersizliği olarak görölmektedir. Bu anlamda yukarıda değinilen etkenler tesislerin yeniden işlevlendirilmesi veya yeniden kullanılmasını teşvik etmek için potansiyel çözümler ve yeniden canlandırma stratejileri üzerinde çalışmalar önem arz etmektedir.



**Resim 3. Tarihi Belçika Evlerinin Şehir Merkezindeki Kuşbakışı Konumu ve Ölçüleri**

Tarihi Belçika evleri Ayancık şehir merkezinde, Sinop Üniversitesi Ayancık Meslek Yüksek Okulu, Ayancık Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Ayancık Belediye binası gibi önemli kurumlara yakın konumda yer almaktadır. Resim 3'te evlerin konumlandığı parsel sınırları, yaklaşık çevre ölçüleri ve komşu kamu kurumları görölmektedir. Parsel yaklaşık olarak 8000 metre kare alanı kapsamaktadır. Gösterildiği üzere lojmanların çevre ölçüleri yaklaşık olarak verilmiştir ve bu alan yaklaşık 8000 metre kareye karışıklık gelmektedir.

### **1.1.2.2. Tarihi Belçika Evlerinin Konaklama Tesisi Olarak İşlevsellik Kazandırılması**

Turizm alanında konaklama tesisi gereksinimini etkin bir şekilde karşılamayı yollarından biri de mevcut ya da atıl binaların yeniden değerlendirilmesidir. Şehir merkezlerinde otel kurma düşüncesi ortaya çıktığında, genellikle şehir merkezlerinin yoğun yapılaşması göz önünde bulundurularak bu fikir ilk olarak değerlendirilmesi gereken bir öncelik olarak kabul edilmiştir (Özkan, 2005). Koloni mahallesindeki Tarihi Belçika evlerinin konumu değerlendirildiğinde tarihi ve kültürel yerlere yakın şehir merkezinde olduğu görülmektedir. Buna göre değerlendirildiğinde mevcut lojmanların konaklama tesisi olarak yeniden kullanımının konum açısından uygun olduğu görülmektedir. Tomruk fabrikasının işçilerinden kalan bu baraka ve lojmanlar bir konaklama tesisine dönüştüğünde bölge turizminde yeni bir kimlik yaratmış olacaktır. Dolayısıyla, mevcut binaların yeniden değerlendirilmesi, turizm sektöründe çeşitli faydalar sağlayarak konaklama ihtiyacının etkin bir şekilde karşılanmasına katkıda bulunacaktır.

Kullanım dışı hale gelmiş Tarihi Belçika Evlerinin bir konaklama tesisi olarak dönüştürülmesi, yapıların sosyokültürel ve psikolojik anlamda tarihsel sürekliliği sağlaması ve yeniden kullanılabilir olması (Özkan, 2005) turistlerin bölgenin ve tarihi yapıların özgün özelliklerini koruyarak ve yansıtarak bir tasarım anlayışını gerektirmektedir. Bu kapsamda, turistlerin tarihi bir deneyim yaşayacakları bir işletme oluşturma amacı benimsenmektedir. Bu tasarım ve işletme felsefesi, bölgenin kültürel ve tarihi zenginliğini vurgulayarak, misafirlerin geçmişe yönelik keşiflerini teşvik etmeyi amaçlamaktadır.



**Resim 4. Restorasyon ve Yenileme alışmalarının Render Görüntüleri**

Resim.4’de Tarihi Belçika evlerinin işlev kazandırma amaçlı Restorasyon ve yenileme çalışmalarının Render görüntüleri verilmiştir. Yapılan çalışmada binaların orijinal plan ve ölçüleri değiştirilmeden yenileme ve işlev kazandırılması amaçlanmıştır.



**Resim 5. Konaklama Tesisine Dönüşümü (Giriş)**

**Resim 6. Konaklama işletmesine Dönüşümü (Geitlerden Görünüm)**

Tarihi ve kültürel çevrenin, günümüzde giderek artan turist talebi ve yapıların geleneksel dokusunu koruyan çevrelere olan ilginin bir sonucu olarak, turistik tesislerin tasarımında önemi giderek artmaktadır (zkan, 2005). Turizmin giderek öncelikli tüketim malzemesi haline gelmesiyle tarihi ve mimari özelliği olan yapıların modern konaklama tesisine dönüşmesi blėeye gelen turistler için özel tercih

nedeni olabilmektedir. 1945 yılına kadar, ZİNGAL şirketine ait lojman ve barakaların inşası hızla devam etmiş ve fabrikaya bağlı şehrin farklı yerlerde toplam 35 adet lojman ve baraka tamamlanmıştır. Bu yapılardan işçilerin kalması için inşa edilen barakaların 13 tanesi şehir merkezinden Koloni mahallesi olarak bilinen yerdedir (Kaya & Yılmaz, 2015). Verilen bilgilere göre, Koloni Mahallesi'nde yer alan ve geçmişten günümüze ulaşan tarihi yapılar, turizm amaçlı konaklama tesisleri olarak değerlendirilmektedir. Bu yapılar, 1940'larda inşa edilmiş ve başlangıçta fabrika işçileri için konut olarak kullanılmış olan lojmanlardır. Zamanla yerel halk tarafından benimsenmiş ve yaşam alanı olarak kullanılmışlardır.

Bu tarihi yapılar günümüzde, turizm endüstrisine hizmet etmek üzere restore edilmiş ve modern konaklama tesislerine dönüştürülmüş halinde toplam 4 blokta bulunan 6 daireden oluşmaktadır ve böylelikle 24 ailenin konaklamasına olanak sağlayacak kapasitededirler. Daireler, her bir ailenin rahatlığını sağlamak amacıyla suit tarzında tasarlanmıştır. Bu dairelerin toplam yaklaşık 70-80 kişilik yatak kapasitesi bulunmakta olup, bölgedeki konaklama ihtiyacını karşılamada önemli bir rol oynaması beklenmektedir.

## **2. SONUÇLAR, TARTIŞMA VE ÖNERİLER**

Şu anki durumu eski zamanlara göre daha sakin ve izole bir kasaba olan Ayancık, genellikle yaşlı nüfusa ev sahipliği yapan Karadeniz'in bir ilçesi konumundadır. Kent, çevre illerden ulaşım açısından diğer şehir merkezlerine kıyasla zorluğu ile dikkat çekmektedir. Ayancık Kereste fabrikası ile en eski ve önemli sanayi tesisine sahip ilçe olmasına rağmen özellikle fabrikanın kapanmasından sonra, yeni ve güçlü bir gelir kaynağı olabilecek potansiyelde gelişmiş bir tesis açılmadığı dikkat çekmektedir. İlçe ve çevresi, sahip olduğu tarihi somut kültürel yapıları ve son dönemlerde literatürde kendine yer bulan doğal güzellikleri ile yüksek bir turizm potansiyeli sahip olduğu görülmektedir. Ancak çalışan nüfusun azlığı ve ulaşımındaki zorluklar nedeniyle henüz bu alanda büyük bir ilerleme kaydedilemediği gözlenmektedir.

Zengin bir kültürel miras ve doğal güzelliklere sahip olan ve turizm açısından hızla önem kazanan Ayancık ilçesinin yatak ihtiyaının olduğu anlaşılmaktadır.1942-1945 yılları arasında inşa edilmiş olan yönetici konutları ve işçi lojmanları, günümüze kadar sağlam bir şekilde varlığını sürdürmüştür. Kaya & Yılmaz (2018) yaptığı çalışmada fabrika kapanmasına rağmen, Ayancık genelindeki ulaşım altyapısına ait izler ile orman içindeki tesislerin, lojman ve barakaların bazıları hala varlığını sürdürmektedir. Bu tarihi yapıların restorasyonu ve korunması, bölge turizminin konaklama talebini karşılayacak önemli bir potansiyel sunmaktadır. Bu yapıların yeniden konaklama işletmeleri olarak kullanılması, bölgedeki konaklama ihtiyaının karşılanmasına yönelik bir çözüm sunabilir. Bu nedenle yapıların konaklama işletmesi olarak yeniden kullanım uygulamaları bölge turizmin gelişmesi açısından avantajlı bir durumdur Aynı zamanda, bu tarihi yapıların orijinal mimari dokusunun korunması, kültürel mirasın gelecek kuşaklara aktarılmasını ve turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesini destekleyecektir.

Ülkemizdeki mevcut yapı stoğu ve turizmdeki gelişmeler göz önüne alındığında destinasyonlarda artan konaklama talebi sonucunda yapıların yeniden kullanımını kaçınılmaz hale gelmektedir (Apaydın & Eren, 2013). Bu bağlamda, Ayancık ilçesinin turizm potansiyeli dşnldğnde Tarihi Belçika Evlerinin olduğu yapıların konaklama işletmesi olarak kullanma ve dönüştürme sürecini ele alan özgün öneriler sunacak çalışmalara ihtiyaç bulunmaktadır. Bu alışmalar, ilçedeki tarihi ve kültürel mirasa sayęı göstererek turizm talebini karşılayacak ve böylece bölgesel konaklama ihtiyaını karşılamayı hedefleyecektir.

Tarihi özelliğe sahip olan bu lojmanların konaklama işletmesine dönüşümde mevcut yapıların özelliklerinin yansıtabak şekilde tasarımın düşünmek en önemli kriter olmuştur. Bununla birlikte bölgeyi ziyaret eden turistlerin bölgenin tarihine yolculuk yapma hissi uyandıracak bir mekân yaratma fikri benimsenmiştir. Bu restorasyon ve dönüşüm projesi, bölgenin kültürel ve tarihi mirasının korunmasına ve

turizm potansiyelinin artırılmasına katkı sağlamaktadır. Ayrıca, bu tarihi yapıların modern konaklama tesislerine dönüştürülmesi, bölgedeki ekonomik kalkınmaya da olumlu yönde etki etmektedir. Bu tesislerin faaliyete geçmesiyle birlikte, Koloni Mahallesi ve çevresinde turizm hareketliliğinin artması ve yerel ekonominin canlanması beklenmektedir.

Kentteki mevcut konaklama kapasitesi, 2024 yılı itibarıyla toplam 94 odada 234 yatakla sınırlı iken, Tarihi Belçika Evlerinin konaklama işletmesine dönüştürülmesiyle bu kapasitenin yaklaşık %35 oranında artırılacağı öngörülmekte ve bu adımın kent turizmüne önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca, bu tarihi yapılar dört ayrı blokta altı daireye sahiptir ve bu sayede 24 ailenin rahatça konaklayabileceği bir kapasite sunmaktadır.

Koloni Mahallesi'ndeki işçilerin kalması için yapılmış lojmanların, bir konaklama tesisi olarak yeniden kullanımıyla ilgili mekânsal dönüşümlerin değerlendirilmesi, bölgedeki konaklama arzını artırma potansiyeline sahiptir. Bu değerlendirme, sadece mevcut yapıların dönüşümüyle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda bölgenin genel kentsel dönüşüm sürecine ve konaklama sektörünün gelişimine de katkı sağlayacaktır. Ayrıca bu tür mekânsal dönüşümler, çevresel, sosyal ve ekonomik açılardan bölgenin sürdürülebilir kalkınmasına da katkıda bulunabilir. Dolayısıyla, Koloni Mahallesi'ndeki lojmanların yeniden kullanımı, yerel ekonomiye ve toplumun yaşam kalitesine olumlu etkiler sağlayabilecek önemli bir fırsat sunmaktadır.

### **3. KAYNAKÇA**

**Apaydın, B. & Eren, C. (2013).** Yapıların Otel Olarak Yeniden Kullanım Bağlamında Mekânsal Dönüşümlerinin Analizi: “Four Seasons Oteli-Sultanahmet Cezaevi” Örneği. *Tasarım+Kuram*, 73-89.

**Bezirgan, M. & Kömür, T. (2020).** Konaklama Arz Yapısı Bakımından Turistik Destinasyonlarda Dış Çevre Analizi: Ayvalık Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 295-311.

**Gür, D. & Köroğlu, G. (2023).** Sinop'un Ayancık İlçesi Çaylıoğlu Köyü (Stefan/İstefan) Tarihi Yerleşim Alanı. Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi, 6(1), 35-50.

**Kaya, M. (2015).** Ayancık ve Yakın Çevresinin Ekoturizm Potansiyeli. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Samsun.

**Kaya, M. & Yılmaz, C. (2018).** Endüstriyel Miras Turizmi İçin Bir Örnek: Ayancık-Zingal Orman İşletmesi (Sinop). Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 32(44), 121-162.

**Kılıç, M. (2022).** Ayancık Zingal Evleri. <https://www.ayancikgazetesi.com/ayancik-zingal-evleri/60922>, E.T.: 01.04.2024.

**Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü. (2023).** <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>, E.T.: 05.03.2024.

**Özkan, Ö. (2005).** Kültürümüzün Parçası Mevcut Binaların Turizm Amacıyla Günümüze Kazandırılması. Mimar İstanbul Dergisi, 68-71.

**Özkan, Ö. (2002).** Mevcut Binaların Lüks Otellere Dönüştürülme Olanakları ve Tasarlama Yaklaşımları. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

**Sabbağ, Ç. (2011).** Adıyaman Turizminin Güçlü, Zayıf Yönleri ile Fırsat ve Tehditlerine İlişkin Turizm İşletme Yöneticilerinin Değerlendirmeleri. Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 4(7), 206-222.

**Sinop İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2024).** Ayancık Turizm Verileri. <https://sinop.ktb.gov.tr/>, E.T.: 24.04.2024.

# **TURİZM VE DESTİNASYON ARAŞTIRMALARI**

**VII**

## **BÖLÜM VII**

---



# **TURİZM ENDÜSTRİSİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM VE UYGULAMALARI**

**Ebru ARICI**

Doktora Öğrencisi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi,  
ebruarici96@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0001-7153-2379

**Meliha Sena YILDIRGAN**

Araştırma Görevlisi, İstanbul Beykent Üniversitesi,  
senayildirgan@beykent.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-0996-7616

**Orhan BATMAN**

Profesör Doktor, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi,  
obatman@subu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-7186-7064

## **1. GİRİŞ**

Turizm, kitleler halinde tüketim faaliyetlerinin gerçekleştirildiği sektörlerden birisidir. Konaklama, yeme-içme, ulaşım gibi içerisinde barındırdığı her alanda tüketim sirkülasyonun yoğunluğu tartışılmaz bir boyuttadır. Kontrolsüz bir tüketimin var olduğu turizm faaliyetlerinde, özellikle çevresel açıdan kalıcı hasarların oluşmaması ve ekosistemin bütünlüğünün korunması için kısa sürede yeni bir tüketim kalıbı oluşturulmalı, turizm ve etkisi altında bulunan tüm sektörlerde kullanılmalıdır. Bu kalıp ise “sürdürülebilir tüketim” olarak ifade edilebilir. Sürdürülebilir tüketim, kontrolsüzce tüketimin daha sınırlı, sadece ihtiyacı karşılayacak kadar miktarın kullanılmasını hedefleyen, ekolojik yaşamdaki dengenin bozulmamasını gözetken ve ürün ya da hizmetin üretiminden tüketimine kadar olan tüm adımları bir tüketim süreci olarak değerlendiren bir sistemdir (Jackson & Michaelis, 2003). Burada temel amaç turizm pazarından pay elde eden üretici ve hizmeti alan tüketicilerin tüketim davranışlarını

değiştirmeleri ve minimize etmeleridir. Böylece uzun vadede özellikle doğal ve çevresel açıdan olumsuzlukların oluşmasının da önüne geçmiş olacak, gelecek nesillere doğal ve kültürel mirasımızı bütün güzellikleriyle aktarma şansı elde edilecektir. Bu çalışmada sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir tüketim kavramlarının etimolojisi, sürdürülebilir tüketim kavramının tipolojisi, turizmde sürdürülebilir tüketimin öneminden bahsedilecek olup sürdürülebilir hedefler ekseninde turizm endüstrisinde sürdürülebilir tüketim mantığıyla yapılabilecek faaliyet ve uygulamalar aktarılmaya çalışılacaktır.

## **1.1. İlgili Alanyazın**

### **1.1.1. Sürdürülebilirlik**

Sürdürülebilirlik kelimesi Latince'den İngilizceye “sustinere” fiilinden geçmiştir. İngilizcede “sustain” kökünden türeyen kelime “ayakta tutmak, katlanmak, dayanmak, varlığını devam ettirmek anlamlarına gelmektedir. Sürdürülebilirlik kavramı etimolojik olarak incelendiğinde belirli bir zaman boyutunu kapsayan büyüme, gelişme ve devamlılık terimleri ile ifade edilmektedir (Northrop & Connor, 2013: 4). Sürdürülebilirlik terimi ilk kez hayatımıza 1980 yılında yayınlanan Dünya Koruma Stratejisi (WCS-The World Conservation Strategy) ile gündeme gelmiş ve insanlığın dikkatini çekmiştir. Raporda da belirtildiği üzere günümüz ihtiyaçlarını karşılama sürecinde doğal kaynaklarda tahribat oluşturacak ve ekosisteme zarar verecek boyutta tüketimin yapılmaması ve gelecek nesillerin kullanım hakkından alınmadan bugünün ihtiyaçlarının karşılanması olarak ifade edilmektedir. Esasen sürdürülebilirlik kavramı zaman ve süreç meselesidir. Bugünün kararlarının gelecekte yaratacağı etkiyi göz önüne almakta ve gelecek nesillere temiz ve uzun ömürlü bir çevreyi miras olarak bırakmak amacıyla yola çıkılan faaliyetleri kapsamaktadır (Chichilnisky ve ark., 1998; Collin, 2004; Chichilnisky, 2011). 1987 yılında Birleşmiş Milletler Dünya evre ve Kalkınma Komisyonunca hazırlanan Bruntland-Our Common Future isimli raporda kamuoyuna duyurulması ile birlikte sürdürülebilirlik kavramı birçok alanda gündeme gelmiş ve konu hakkında detaylı incelemelerin

yapıldığı bir terim halini almıştır. Bruntland raporunda sürdürülebilirlik kavramından “sürdürülebilir kalkınma” olarak bahsedilmiştir. (United Nations, 1987). Arından farklı disiplinlerde uygulanması sebebiyle “sürdürülebilirlik” olarak literatüre yansımız ve farklı bilim dalları bu kavramı merceğine almıştır. Sonuç itibariye insan ve doğa arasında ekolojik bir köprü bulunmaktadır. Bu bağlantıyı korumak ve nesillerce aktarmak ise bireylerin ekolojik bir yaşam biçimini benimsemesi, tüketimden çok üretim odaklı olması, hayat felsesini ekolojik yapı taşları üzerine oturtması ve duyarlı bir birey olması yolundan geçmektedir (Öztürk Demirbaş, 2015). Bu kapsamda bireyler tarafından; tasarruf bilincinin oturtulması, günlük hayatta doğaya zarar vermeyen enerji kaynaklarının kullanılması, biyolojik çeşitliliğin korunması, çevrenin kirletilmemesi, ağaçlandırma faaliyetleri gibi aktivitelerin gerçekleştirilmesi sürdürülebilir bir dünya ve insanlığa destek vermek için yapılacak faaliyetler arasında yer almaktadır (Poyraz & Türkün Kaya, 2018). Çevre ile toplum arasındaki dengenin oluşturulması sürdürülebilirlik faaliyetlerinden geçmektedir. Bu denge nüfus ile ters orantılıdır. Nüfusun artışı, çılgınca tüketim sirkülasyonun oluşması kaygı verici bir şekilde bu dengeyi bozmaktadır. Dengesi bozulan ekosistemde çevre sorunları olarak adlandırılan “biyolojik çeşitlilik kaybı, toprak erozyonu, çölleşme, azalan orman örtüsü, tatlı su kaynaklarının kıtlığı, iklim değişikliği, sosyal gerginlik vb. gibi birçok olumsuzluk meydana gelmektedir. Bu kapsamda çevre üzerinde geri dönüşü olmayan etkilere sebebiyet vermemek adına bireyler kendi çapında sürdürülebilirlik potansiyellerini ortaya koymalı ve güvenilir bir çevre için kendi yaşamlarını bir düzen dahilinde sürdürmeleri gerekmektedir (Ben-Eli, 2018). Bu düzen ise bireylerin tüketim alışkanlıklarını ve özellikle seyahat gibi konfor alanını terk ettikleri durumlarda gösterdikleri tüketim davranışlarını kontrol altına almaları ve çevresel dengeye zarar vermeyecek biçimde kendi tüketim zincirlerini oluşturma yolundan geçmektedir.

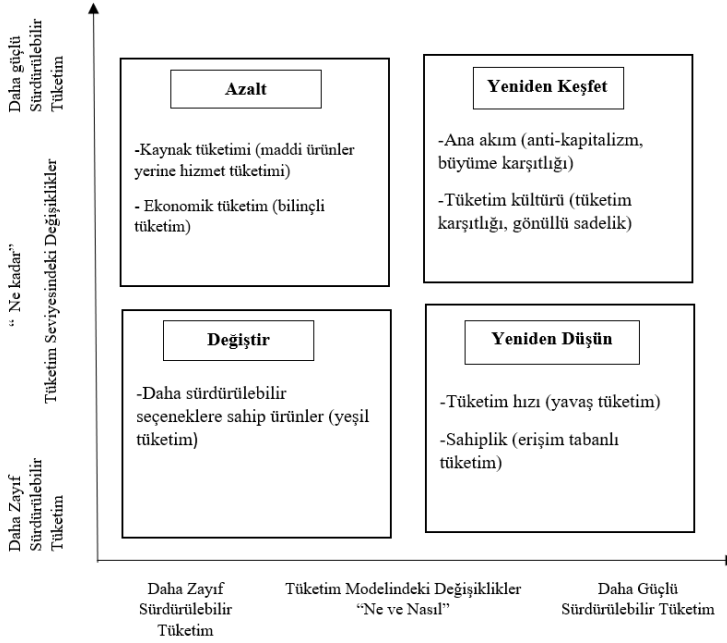
### 1.1.2. Sürdürülebilir Tüketim

Sürdürülebilir tüketim, temelinde kıt kaynakların tüketmeden kullanımının sağlanması mantığına dayanan bir tüketim modeline sahiptir. Mevcut kaynakların bireylerin yaşam kalitelerini iyileştirmek için etkili ve yerinde kullanımı, atık miktarının en aza indirilmesi ve tüketim sonucunda oluşabilecek çevresel zararın ortadan kaldırılması olarak da ifade edilebilir (Aksu & Gelibolu, 2015). Burada temel amaç sadece bireylerin tüketim konusunda sadece farkındalığının oluşturulması değil aynı zamanda kontrollü bir tüketim sürecine adapte olmaları ve bu süreci hayatlarının bir parçası haline getirmeleridir (Jackson, 2005). Dolayısıyla sürdürülebilir tüketim bir yaşam tarzı olarak da görülmektedir (Sun ve ark., 2020; Yemez & Delice Akca, 2024). Sürdürülebilir tüketim kavramının geçmişı incelediğinde 90'lı yıllarda bilim dünyasında konuşulmaya başlandığı görülmektedir. 1992 yılında Rio de Janeiro'da gerçekleştirilen Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı'nın Rio Zirvesi'nde hazırlanan sürdürülebilir eylem planında bulunan 21. gündem maddesinde bu kavram bilim dünyasında gündeme gelmiş ve burada "sürdürülemez üretim ve tüketim kalıplarının azaltılması" çağrısında bulunulmuştur. Ayrıca zirvenin ana politika raporu olan Gündem 21'de değişen tüketim kalıplarına ayrılmış bir bölüm bulunmaktadır. Bu bölümde dünyanın sınırlı kaynaklarına daha az bağımlı hale gelmek ve dünyanın taşıma kapasitesiyle daha uyumlu olan yaşam tarzı değişikliklerine gidilerek daha yüksek yaşam standartlarına izin veren yeni zenginlik ve refah kavramlarına erişilmesi hususunda çağrıda bulunulmuştur. Bu nedenle, bu çağrıdan sonra tüm dünya tüketim kalıplarını ve davranışlarını incelemeye, sorgulamaya ve gözden geçirmeye resmi olarak davet edilmiştir (Banbury ve ark., 2012). Rio zirvesinin ardından sürdürülebilir tüketimin var olabilmesi, bireyin çevreye verdiği etkinin minimum seviyeye indirilmesi, aşırı tüketim isteğinin törpülenmesi ve tüketim anlayışının temelden değiştirilmesi gerektiği yargısına varılmıştır (Bayazıt Hayta, 2009; Lorek & Spangenberg, 2014).

Sürdürülebilir tüketim kavramının gündeme gelerek literatüre girmesinin ardından bu kavramı tanımlamak ve detaylandırmak adına birden çok çalışma yapılmış, kongre ve sempozyum düzenlenmiş ve bu faaliyetlerinde sürdürülebilir tüketim kavramına yeni tanımlamalar getirilmiştir. İlk tanım 1994 yılında Norveç hükümetinin ev sahipliğinde STK'ları ve hükümetler arası kuruluşları içeren Oslo Sürdürülebilir Tüketim Sempozyumu'nda yapılmıştır. Bu tanıma göre "sürdürülebilir tüketim, temel ihtiyaçlara cevap veren ve daha iyi bir yaşam kalitesi sunan hizmetlerin, ilgili ürünlerin, doğal kaynakların ve toksik maddelerin kullanımını, hizmetin veya ürünün yaşam döngüsü boyunca atık ve kirletici emisyonlarını en aza indirerek gelecek nesillerin ihtiyaçlarını tehlikeye atmayacak biçimde kullanılmasıdır" şeklinde ifade edilmiştir (Ofstad ve ark., 1994). Minh & Quynh (2024) çalışmasında sürdürülebilir tüketimi bir davranış biçimi olarak değerlendirmiş ve gelecek nesiller için dünyanın ekolojik kalitesini ve yaşam ortamını etkin bir şekilde iyileştirmek için temel ve acil bir davranış biçimi olarak ifade etmiştir (Minh & Thi Quynh, 2024). Bu tanımdan da anlaşıldığı üzere sürdürülebilir tüketim davranışı dünyanın ekolojik dengesini sağlamaya yönelik atılan adımlardan birisi olarak görülmektedir. Geels ve arkadaşları (2015) ise sürdürülebilir tüketim kavramına kirlilik kontrolü, yeşil ürünlerin tüketimine ağırlık verilmesi ve günlük yaşamda sürdürülebilir kaynakların kullanılmasını destekleyen tüketim kalıbı olarak değerlendirmiştir. Sürdürülebilir tüketim konusunda birden fazla tanımlama yapıldığı gibi literatürde sürdürülebilir tüketim anlamına gelen farklı terimler de kullanılmıştır. Bunlar; tüketim, ilgili tüketici, vatandaş-tüketici, etik tüketim, yeşil tüketim, duyarlı tüketim, bilinçli tüketim, gönüllü basitlik/sadelik, vb. kavramlarla ifade edildiği görülmektedir (Micheletti, 2003; Connolly & Shaw, 2006; Iwata, 2006; Newholm & Shaw, 2007; Micheletti ve ark., 2009; Peattie, 2010; Sheth ve ark., 2011; Balderjahn ve ark., 2013).

Sürdürülebilir tüketim, sürdürülebilir gelişme ekseninde üretim ve tüketim süreçlerini kapsayan bir bütünden meydana gelmektedir. İşin sadece tüketim kısmı değil üretim boyutu da tüketim halkasının bir parçası olmasından dolayı genellikle

sürdürülebilir tüketim sürecine dahil edilmektedir (McLaren, 2007). Bu duruma uygun tanımlamayı Tania & Sigrid (2006) çalışmasında; Sürdürülebilir tüketim, girdi malzemelerinin tedarikçisinden üretim ve dağıtıma ve nihai pazara kadar tüm tedarik zincirinin yeşillendirilmesi ve aynı zamanda tüketicilere sürdürülebilirlik hakkında iletişim kurulmasıdır şeklinde yapmıştır (Briceno & Stagl, 2006). Böylece sürdürülebilir tüketim kavramının tüketilen ürünün tedarik aşamasından tüketim noktasına kadar olan süreci kapsadığı bilgisi desteklenmiştir. Sürdürülebilir tüketim davranışını kazanabilmek için bireysel bir eylem gereklidir. Bu eylem planı bireyleri faydacı bir kimlikten uzaklaştıran, tüketim tercihlerini yaparken daha rasyonel seçimlere yönlendiren bir hareketliliklerdir. Buradan hareketle sürdürülebilir tüketim diğer tüketim uygulamaları ile karşılaştırıldığında çevresel açıdan olumsuz etkilerin en az olduğu bir tüketim davranışdır şeklinde ifade dirmiştir (Paavola, 2001). Bu davranış biçimi günlük hayatla özdeşleştğinde bireylerin yaşam standartlarını etkileyecek, alışlagelmiş tüketim kalıplarını yıkacak ve tüketiciler için yeni bir tüketim döneminin başlamasını sağlayacaktır. Birleşmiş Milletlerin sürdürülebilir tüketim tanımında olduğu gibi *“daha azıyla daha fazlasını ve daha iyisini yapmak”* ifadesi hayat bulmuş olacaktır (United Nations, 2017). Yukarıda belirtildiği üzere sürdürülebilir tüketim kavramı literatürde farklı bakış açıları ile değerlendirilmiştir. Bu süreci ele alırken temel odak noktası kontrollü tüketim olsa da zamanla gelişen farklı tanılamalar anlam karmaşasına da sebebiyet vermektedir. Bu nedenle sürdürülebilir tüketim kavramının net ve tutarlı bir şekilde anlaşılmasını sağlamak ve karmaşıklığı azaltmak için mevcut literatürü tarayarak sürdürülebilir tüketim tipolojisi oluşturulmuştur (Jaakkola, 2020).



## Şekil 1. Sürdürülebilir Tüketimin Kavramsal Bir Tipolojisi

**Kaynak:** Sipilä ve ark., (2024).

Bu tipolojinin oluşturulma amacı sürdürülebilir tüketime karşı çeşitli yaklaşımları zayıf veya güçlü yönleriyle ele almaktır. Ortaya çıkan tipolojide sürdürülebilir tüketime yönelik ilk yaklaşım "azalt" olarak etiketlenmiştir. Bu yaklaşım tüketimin azaltılmasını vurgulayarak tüketicinin maddi açıdan daha düşük fiyatlı ve daha az tüketim odaklı bir alışkanlığın kazanılmasını amaçlamaktadır. Ürün satın almadan, maddi gücün kullanımının azaltılmasının kontrollü ve daha az tüketimi sağlayacağı fikri hakimdir. Böylece bireyler kendisine en uygun olan tüketim miktarını bulmuş olacaktır. Buna ek olarak tüketimin azaltılması kişinin ihtiyaç ve alım gücünün ötesindeki ürünlerin aşırı tüketimini, ilerleyen süreçte bunun bir alışkanlık haline getirilip bu ürünlerin tekrar tekrar satın alınmasının önüne geçerek bireylerin ekonomik güçlerini aşan lüks ürünleri tüketme arzusunu da azaltmayı hedeflemektedir (Zeithaml ve ark., 1985; Sheth ve ark., 2011).

Diğerk bir yaklaşım ise “yeniden keşfet” olarak belirlenmiştir. Bu yaklaşım tüketime seviyeleri ve kalıplarında yapılabilecek olan değişiklikleri ve bu değişiklikler ile bir kombinasyon yapılmasını sonuç olarak da güçlü bir sürdürülebilir yaklaşım oluşturmayı hedeflemektedir. Bu yaklaşımın temel amacı mevcut tüketime pazarına odaklanarak var olan tüketime kalıplarını saptamak ve bunlara karşı bir direniş göstermektir. Aşırı tüketime teşvik eden ürünlere karşı eylemlerin başlatılması, bazı marka ve ürünlerin tüketilmesini boykot etmeyi yani eski tüketime kültürünü ve ihtiyaç dışı olup tüketicileri aşırı tüketime iten ürün gruplarına direnmeyi ve böylece yeni ve kontrollü bir tüketime kültürünün zeminlerinin atılmasını amaçlamaktadır (Lim, 2017). Bu direnç tüketicilerin günlük yaşantısında kontrol mekanizmasının ortaya çıkmasını ve tüketimi azaltmayı hedefleyen gönüllü basitlik yaşam tarzının yapı taşlarından birisi olarak yer alır. Bu yaşam tarzı özünde bilinçli, ekolojik ve etik tüketime yaparak minimalist bir yaşam sürmeyi hedeflemektedir (McDonald ve ark., 2006; Chen ve ark., 2022; Tanrıverdi & Karakaş, 2023). Böylece bireyler tüketime tarzlarını yeniden meydana getirerek yepyeni bir sürdürülebilir tüketime modeli oluşturma yönünde ilerlemektedir.

Tipolojideki üçüncü yaklaşım ise “değiştir” yaklaşımıdır. Temelde geleneksel tüketime sebep olan ürünlerin daha sürdürülebilir seçenekler ile değiştirilmesinin altını çizmektedir. Bu yaklaşım tipik olarak yeşil tüketime olarak ifade edilmekte ve çoğunlukla üretim süreci bakımından da evre dostu bir şekilde üretilerek paketlenmiş doğa dostu ürünleri satın alma hareketliliğinin arttırılmasını ve yaygınlaştırılmasını talep etmektedir. Böylece sürdürülebilir tüketime alışkanlığının sadece tüketime yönünü değil üretim aşamasının da uygun nitelikte olmasını hedeflemektedir (Lorek & Fuchs, 2013). Tipolojideki son yaklaşım ise “yeniden düşün” yaklaşımıdır. Olayı daha derinden ele alan bu yaklaşım yeşil ürünleri tüketmenin ötesinde tüketicinin hayatındaki tüketime labirentindeki kalıpları değiştirmek, derinden bir etki yaratılmasını vurgulamaktadır. İlk olarak yavaş tüketime hareketliliğini baz alarak tüketime hızının yeniden gözden geçirilmesini içerir. Ardından tüketicilerin ürünlere doğrudan

sahip olma isteğini ortadan kaldırarak ürünlerin geçici olarak kullanılmasını yani kiralınmasını, ödünç alınmasını veya paylaşımlı kullanımın yapılmasını hedeflemektedir. Bu yaklaşım potansiyel olarak ürünlerin daha uzun ömürlü olmasını ve tüketim hızının yavaşlamasına yol açacaktır (Sipilä ve ark., 2024). Sonuç olarak sürdürülebilir tüketimin temelini “azalt, yeniden keşfet, değiştir ve yeniden düşün” kalıpları oluşturmaktadır. Aslında bu tüketim ağında yer alabilmenin dört farklı yolu olarak da ifade edilebilir. Sürdürülebilir tüketim zincirine katılmak ve bu hareketliliği desteklemek gün sonunda bu dört farklı ve birbiri ile bağlantılı olan yaklaşımları günlük yaşantımızla ilintili hale getirmek aşırı tüketimden kaçınarak sürdürülebilir tüketim zincirine katılmanın bir yoludur. Tüketiciler bu yolu tercih ederek çevresel dengenin bozulmaması için de bir adım atmış olacaktırlar. Genel anlamda sürdürülebilir tüketim için bir çerçeve oluşturmak istenirse bu çerçevede beş genel koşul yer almalıdır. Bu koşullar sürdürülebilir tüketim olgusunu ekonomik, çevresel, sosyal, politik vb. yönleriyle ele alan kapsamlı değerlendirmeler sonucunda meydana gelmiş gelişmelerdir.

- Tüketim malları ve hizmetleri için çevresel maliyet ve faydaları içselleştiren bir fiyat yapısı,
- Öncelikleri ve değişim yönünü netleştiren bir politika ve düzenleyici çerçeve,
- Bir dizi çevre dostu mal ve hizmetin mevcudiyeti,
- Çevresel kalite kriterlerini içeren teknoloji ve altyapı,
- Ulaşım ağlarının tasarımı ve işletilmesi, konut, atık yönetimi vb. ve
- Tüketici eylemini motive eden ve mümkün kılan eğitim, öğrenim ve bilgi açısından zengin bir ortam.

Bahsi geçen bu koşullar sürdürülebilir bir yaşamın var olabilmesi ve devamlılığını sağlayabilmesi için gereken durumlardır. Sürdürülebilir tüketime daha genel bir perspektiften bakarak bu olgunun tüketim, satın alma, üretim, ulaştırma vb. başlıklar altında incelenmesi tüm insanların

ekolojik sınırlara saygı duyarak temel ihtiyaçlarını adil bir şekilde karşılamalarına olanak tanıyan bu esnada gelecek nesillerin kullanım haklarına saygı duyan ve bu hakkı gözeten bir tüketim seviyesinin meydana gelmesini sağlar (European Environment Agency, 2023).

### **1.1.3. Turizm Endüstrisinde Sürdürülebilir Tüketim ve Uygulamaları**

Turizm, multidisipliner bir çerçevede sağladığı ekonomik entegrasyon, istihdam, kültürel etkileşim, doğal ve kültürel değerlerin korunmasında önemli rol oynaması konuları başta olmak üzere birçok alanda ülkelerin gelişimlerini sağlaması için bir çıkış kapısı haline gelmiştir. Özellikle sağladığı döviz girişi sayesinde birçok ülkenin vazgeçilmez gelir kaynakları arasında yer almakta ve aynı zamanda kültürel değişimin sağlanmasında ve toplumların gelişimine katkı sağlaması yönüyle de önemlidir. Ancak her hususta olduğu gibi bu konuda da “aşırı kullanım/tüketim” beraberinde ekolojik dokunun bozulması gibi kalıcı hasarlara sebebiyet veren olumsuzlukları getirmektedir (Xiao ve ark., 2021). Aslında buradaki temel sorun tüketim sirkülasyonun kontrol edilemez derecede hızlı ve aşırı olmasından kaynaklanmaktadır.

Turizm, dünyada toplum ve çevre üzerindeki baskınlığı sayesinde kitlesel anlamda çevresel bir dönüşüme sebebiyet vermiştir. Bu değişim ve dönüşüm kaynak tüketiminin sınırlarını aşması ve kontrol edilemez bir boyuta gelmesiyle çevresel açıdan kaygı oluşturmuş ve durumun kontrol altına alınması gerektiği fikrini akıllara getirmiştir. Turizmde tüketimin minimize edilerek kontrol kalıplarının içerisine sokulması bu sektör içerisinde çevreci bir imajın oluşmasını da desteklemiştir. Böylece turizmde tüketim kalıplarının yeniden gözden geçirilmesini ve değişim hareketliliğini başlatmıştır (Celep & Berk, 2021). Sürdürülebilir tüketim faaliyetlerinin turizm endüstrisinde uygulanmasının temel amacı turizm gibi kitleler halinde hareketliliğin bulunduğu bir pazarda, destinasyonların özellikle çevresel açıdan bütünlüğünün korunması ve destinasyondan fayda sağlayan hissedarların, toplumun ve gelecek nesillerin kullanım haklarının

korunmasıdır (Nicholas, ve ark., 2009). Turizm ve sürdürülebilir tüketim kavramlarının aynı düzlemde belirginleşmesi turizm faaliyetlerinde sürdürülebilir tüketime önem verilmesi ve sınırları olmayan tüketimin gerçekleştiği bu disiplinde kontrolün ele alınması gerçeğini açığa çıkarmaktadır (Çalışkan, 2017).

Turizm sektörünün performansının sürekli olarak yeniden artması ve tüketim miktarının optimize edilmesi, turizmin büyümesiyle artan doğal kaynak kullanımından ayrıştırılması açısından büyük önem taşımaktadır. Dolayısıyla turizm pazarında uygulanacak olan sürdürülebilir tüketim uygulamaları, enerji ve su kullanım verimliliği, dolaylı olarak iklim değişikliğinin azaltılması, atık yönetimi, yerel kaynak kullanımı, sürdürülebilir arazi kullanımı, biyolojik çeşitliliğin korunması ve istihdam dahil olmak üzere turizm etkilerinin sağlam bir şekilde izlenmesi, üretim ve tüketim dengesinin oluşturulması, tüketim alışkanlıklarının yerini sınırlı kullanım ve tasarrufu ön plana çıkartan alışkanlıkların yer almasını destekler nitelikte uygulamalardır. Genel olarak turizm endüstrisinden pay alan işletmeler ve bu hizmetten faydalanan tüketiciler için uygulanabilecek belirli başlı uygulamalar mevcuttur. Bu uygulamalar sürdürülebilir tüketimi destekleyen faaliyetler olup mevcut literatür taranarak oluşturulmuş ve başlıklar halinde aşağıda sunulmuştur.

➤ **Değişime öncülük etmek için destinasyonları ve işletmeleri güçlendirme:** Turizmde sürdürülebilir tüketim hareketliliğinin uygulanması, sürdürülebilirlik ve turizm etiğinde teknik uzmanlık ve uygulama kılavuzları kullanılarak daha iyi politikalar oluşturulmasını destekleyen bir adımdır. Böylece bu politikalar turistik faaliyetler gerçekleştirilirken hem hizmeti sunan hem de bu hizmetten yararlanan bireylerin tüketim konusunda bilinç düzeylerinin artmasına yardımcı olacaktır. Ek olarak işletmelerin tüketim konusunda çeşitli kural ve yaptırımları uygulayabilmesi aslında bir bakıma sürdürülebilir tüketim kalıplarının bahsi geçen işletme içerisinde uygulanmasını mecbur kılacaktır. Sonuç olarak turizm işletmeleri sektördeki tüketim algısının değişmesi

konusunda tüketicilere zemin hazırlamış olacaktır (United Nations, 2018).

➤ **Sertifikasyon faaliyetleri:** Turizmde konaklama faaliyetleri, sektörde tüketim unsuru üzerine kurulu olan hizmetler arasında yer almaktadır. Son yıllarda bu durumu değiştirmek ve tüketimi kontrol altına almak amacıyla birçok konaklama işletmesi özellikle zincir işletmeler sürdürülebilir uygulamalara doğru yönelmektedir (Mensah, 2006). Bu uygulamaların seviyesini ölçmek ve bir standardizasyona bağlamak için çeşitli şartlar geliştirilmiş ve belirlenmiştir (Font, 2002). Bu şartları yerine getiren konaklama işletmelerine sertifikalar verilerek kontrolsüz tüketimi minimize etmek adına hayata geçirdikleri uygulamalar teyit edilmiş ve tüketicilere sunulmuştur. Ayrıca araştırmalara göre bu sertifikasyon sürecine dahil olan işletmeler kendi bünyesinde sürdürülebilirlik faaliyetlerini geliştirmiş ve uygulamaya geçirmiştir (McCabe & Font, 2017).

➤ **Konaklama formunu değiştirme:** Kırsal aile yanında konaklamalar, turistlerin bir ev sahibiyle kalmasına, sosyalleşmesine ve doğanın tadını çıkarmasına olanak tanır. Ayrıca konaklama yapılan ailenin tüketim alışkanlıklarına uygun bir çerçevede hizmet sunulacağı için büyük konaklama işletmelerinde sunulan sınırsız imkanlar burada yerini yerel tüketim alışkanlıklarına bırakacaktır. Böylece daha bilinçli bir tüketim faaliyeti gerçekteştirilmiş olacaktır (Deb ve ark., 2023). Burada temel amaç maddi temeller üzerine kurulu olmayan bir turizm faaliyeti gerçekteştirmektir. Yerel değerlerin nesilden nesile aktarılması, eski tüketim alışkanlıklarının daha çok tasarruf üzerine kurulu olması ve bunun da turizm ile birleştirilmesi sürdürülebilir tüketim olgusunu destekler niteliktedir.

➤ **Farkındalık oluşturma:** Turizm, başka hiçbir sektörde olmadığı gibi ziyaretçiler (tüketiciler) ve ev sahibi topluluklar (üreticiler) arasında doğrudan etkileşimin oluşmasını sağlayan ve bu nedenle birey üzerinde daha sürdürülebilir seyahat davranışı ve talebine yol ačan derin bir etkiye sahiptir. Bu etki bireyin iç dünyasına sürdürülebilirlik hareketlilikleri konusunda farkındalık oluşturmasına ve bireysel olarak yaptığı tüketimi

kontrole almasıyla beraber bu hareketliliklere de öncülük etmesini sağlamaktadır. Bireylerde farkındalığın oluşması sürdürülebilir tüketim alışkanlıklarını gerçekleştirmeye başlamasından bir önceki safha olarak da ifade edilebilir. Farkındalık olduğu andan itibaren bir sonraki adım ise uygulama olacaktır. O halde tüketicilerde bu farkındalığa zemin hazırlayıcı ve daha çok bilinç düzeyinin artırılması hususunda çalışmalar yapılabilir. Ürün tanıtım çalışmaları, bilgilendirici kongre ve sempozyumlar, akademik anlamda yapılacak çalışmalar, gıda ürünlerinin ambalaj ve etiketlenmesinde uygulanabilecek dikkat çekici uyarılar ya da ekolojik ambalajlamanın yapılması, atık ayrıştırma, atık azaltma ve organik, yerel ürünlerin seçimi konusunda yapılabilecek bilgilendirmeler vb. faaliyetler tüketicilerin zihninde farkındalığın oluşmasına yardımcı olabilecek ve dikkatlerini bu yöne çekecek küçük ama etkili adımlar arasında yer almaktadır (Goldmann ve ark., 2016; Buerke ve ark., 2017).

➤ **Sürdürülebilir tüketim ve davranış eğitimi:** Turizm faaliyetlerinde tüketicilerin tüketim alışkanlıkları çevreyi doğrudan etkileyen faaliyetlerdir. Bunun temel sebebi ise turizm sektöründe temel ürünün doğal kaynaklar olmasından ileri gelmektedir. Bu bağlamda turistik etkinliklerin gerçekleştirilmesi esnasında tüketici davranışları, satın alma işlemleri, çıkartılan atıklar vb. faaliyetlerin etki seviyesi oldukça büyüktür. Bu davranışları bir kalıba sokmak ve sürdürülebilir birer tüketici formatını geliştirmek, daha sürdürülebilir alışkanlıklara sahip toplumları inşa etme ve sürdürülebilir tüketimi teşvik etme becerisinin oluşturulması sadece çevre yanlısı eğitimlerin verilmesi yoluyla gerçekleştirilebilmektedir. Eğitimin anahtar bir araç olarak kullanılması ve bu sayede çevreye yönelik bilinç düzeylerinin artırılması tüketicilerin davranışlarında olumlu gelişmelerin kaydedilmesini sağlamıştır (Klöckner, 2013; Morren & Grinstein, 2016; Liobikienė & Poškus, 2019). Bu konuda eğitim almış, çevre sorunlarını önemseyen ve bilgi sahibi olan bireylerin çevre yanlısı davranışlar sergilemeye yatkın oldukları da tespit edilmiştir (Mostafa, 2007; Oğuz ve ark., 2010).

## 2. SONUÇLAR, TARTIşMA VE ÖNERİLER

Turizmde sürdürülebilir tüketimin var edilmesi turizmin temel ürünü olan doğal ve kültürel kaynakların devamlılığının sağlanması konusunda ve bu yöndeki gelecek kaygılarımızın önüne geçecek bir hareketliliklerdir. Günümüzde var olan yenilikçi, sürdürülebilir tüketimi teşvik eden uygulamaların ve çözüm önerilerinin uygulanması sayesinde turizmin dünya üzerinde var olan yapıcı ve olumlu etkilerinin gün yüzüne çıkartılması konusunda farkındalık oluşturacaktır. Turizm, tüketim zincirinin kesintisiz ve aktif bir biçimde yer aldığı sektörler arasındadır. Ancak bu tüketim mevcut sınırları aştığında meydana gelebilecek zarar yeri doldurulamaz kısa vadede kaynakların yok olmasına sebebiyet verebilir. Burada temel amaç turizmde tüketimin çerçevelendirilerek belirli kalıpların içerisinde yerleştirilmesidir. Özellikle turistlerin konfor alanlarından çıktıkları anda alışılmadık tüketim davranışlarını minimize etmek, tüketim isteğini ikame ürünlerle törpülemek ilerleyen süreçte turistleri ve turizm paydaşlarını tüketim davranışlarına teşvik edebilir. Çünkü turizm sektörü birçok ülke için her açıdan önemli bir yere sahip olmakla birlikte sürdürülebilir tüketim ve üretim, kaynak verimliliği, kontrollü atık çıkartma faaliyetleri, biyolojik çeşitliliğin korunması, kalıplaşmış tüketim alışkanlıklarının değiştirilmesi ve bu bağlamda oluşturulabilecek politikaların uygulanması için öncelikli ve uygun bir sektördür. Paul McCartney'in de dediği gibi ***"istediğimiz şeyleri yapmanın daha iyi bir yolu olmalı, gökyüzünü, yağmuru veya toprağı bozmayacak bir yol."***

## 3. KAYNAKÇA

**Aksu, C. K. & Gelibolu, L. (2015).** Üniversite Çalışanlarının Sürdürülebilir Tüketim Açısından Tutumlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 6(9), 235-248.

**Balderjahn, I., Peyer, M. & Paulssen, M. (2013).** Consciousness for Fair Consumption: Conceptualization, Scale Development and Empirical Validation. International Journal of Consumer Studies, 37(5), 546-555.

**Banbury, C., Stinerock, R. & Subrahmanyam, S. (2012).** Sustainable Consumption: Introspecting Across Multiple Lived Cultures. *Journal of Business Research*, 65(4), 497-503.

**Bayazıt Hayta, A. (2009).** Sürdürülebilir Tüketim Davranışının Kazanılmasında Tüketici Eğitiminin Rolü. *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(3), 143-151.

**Ben-Eli, M. (2018).** Sustainability: Definition and Five Core Principles, A Systems Perspective. UK: Springer Science and Business Media.

**Briceno, T. & Stagl, S. (2006).** The Role of Social Processes for Sustainable Consumption. *Journal of Cleaner Production*, 14(17), 1541-1551.

**Buerke, A., Straatmann, T., Lin-Hi, N. & Müller , K. (2017).** Consumer Awareness and Sustainability-Focused Value Orientation as Motivating Factors of Responsible Consumer Behavior. *Review of Managerial Science*, 11, 959–991.

**Celep, E. & Berk, O. N. (2021).** Sürdürülebilir Tüketim ve Sürdürülebilir Turizmde Yeni Paradigma: Su Ayakizi. (Edt.: Ergün, S. G.). Konya: Çizgi Kitabevi.

**Chen, S., Kou, S., Hu, L. & Xiao, T. (2022).** Leveraging Voluntary Simplicity in Promoting Sustainable Consumption from the Perspective of Moral Appeals. *Sustainable Production and Consumption*, 33.

**Chichilnisky, G. (2011).** What is Sustainability? *International Journal of Sustainable Economy*, 3(2), 125.

**Chichilnisky, G., Heal, G. & Vercelli, S. (1998).** Sustainability, Dynamics and Uncertainty. Dordrecht, Boston, London: Kluwer Academic Publishers.

**Collin, P. H. (2004).** Dictionary of Environment&Ecology. London: Bloomsbury Publishing.

**Connolly, J. & Shaw, D. S. (2006).** Identifying Fair Trade in Consumption Choice. *Journal of Strategic Marketing*, 14(4), 353-368.

**Çalışkan, C. (2017).** Sürdürülebilir Turizmin Çevre İkilemi: Toplum ve Tüketim. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 1123-1136.

**Deb, M., Sharma, V. & Panch, P. (2023).** Sustainable Practices, Mindfulness, Tranquility and Well-being: A Mixed-method Approach. *Journal of Destination Marketing & Management*, 30.

**European Environment Agency. (2023).** <https://www.eea.europa.eu/publications/conditions-andpathways-for-sustainable>, E.T.: 12.04.2024.

**Font, X. (2002).** Environmental Certification in Tourism and Hospitality: Progress, Process and Prospects. *Tourism Management*, 23(3), 197-205.

**Geels, F. W., McMeekin, A. & Mylan, Da, J. (2015).** A Critical Appraisal of Sustainable Consumption and Production Research: The Reformist, Revolutionary and Reconfiguration Positions. *Global Environmental Change*, 34, 1-12.

**Goldmann, E. G., Adamczyk, G. & Gazdecki, M. (2016).** Awareness of Sustainable Consumption and Its Implications for the Selection of Food Products. *Journal of Agribusiness and Rural Development*, 10(3).

**Iwata, O. (2006).** An Evaluation of Consumerism and Lifestyle as Correlates of A Voluntary Simplicity Lifestyle. *Social Behavior and Personality*, 34(5), 557–568.

**Jaakkola, E. (2020).** Designing Conceptual Articles: Four Approaches. *AMS Rev*, 10(1-2), 18-26.

**Jackson, T. (2005).** Live Betterby Consuming Less? *Journal of Industrial Ecology*, 9(1-2), 19-36.

**Jackson, T. & Michaelis, L. (2003).** Policies for Sustainable Consumption. Sustainable Development Commission.

**Klöckner, C. A. (2013).** A Comprehensive Model of the Psychology of Environmental Behaviour-A Meta-Analysis. *Global Environmental Change*, 23(5), 1028-1038.

**Lim, W. M. (2017).** Inside the Sustainable Consumption Theoretical Toolbox: Critical Concepts for Sustainability, Consumption and Marketing. *Journal of Business Research*, 78, 69-80.

**Liobikienė, G. & Poškus, M. S. (2019).** The Importance of Environmental Knowledge for Private and Public Sphere Pro-Environmental Behavior: Modifying the Value-Belief-Norm Theory. *Sustainability*, 11(12), 3324.

**Lorek, S. & Spangenberg, J. G. (2014).** Sustainable Consumption Within A Sustainable Economy-Beyond Green Growth and Green Economies. *Journal of Cleaner Production*, 33-44.

**Lorek, S. & Fuchs, D. (2013).** Strong Sustainable Consumption Governance-Precondition for A Degrowth Path? *Journal of Cleaner Production*, 38, 36-43.

**McCabe, S. & Font, X. (2017).** Sustainability and Marketing in Tourism: Its Contexts, Paradoxes, Approaches, Challenges and Potential. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(7), 869-883.

**McDonald, S., Oates, C., Young, C. W. & Hwang, K. (2006).** Toward Sustainable Consumption: Researching Voluntary Simplifiers. *Psychology and Marketing*, 23(6), 515 - 534.

**McLaren, S. J. (2007).** Defining A Role for Sustainable Consumption Initiatives in New Zealand. 2. International Conference on Sustainability Engineering and Science, Auckland.

**Mensah, I. (2006).** Environmental Management Practices Among Hotels in the Greater Accra Region. *International Journal of Hospitality Management*, 25(3), 414-431.

**Micheletti, M. (2003).** Political Virtue and Shopping: Individuals, Consumerism and Collective Action by Michele Micheletti. (2003 Edition). Palgrave Macmillan.

**Micheletti, M., Follesdal, A. & Stolle, D. (2009).** Politics, Products, and Markets: Exploring Political Consumerism Past and Present. *Economic Geography*, 84(1), 123-125.

**Minh, T. & Thi Quynh, N. (2024).** Factors Affecting Sustainable Consumption Behavior: Roles of Pandemics and Perceived Consumer Effectiveness. *Cleaner and Responsible Consumption*, 12.

**Morren, M. & Grinstein, A. (2016).** Explaining Environmental Behavior Across Borders: A Meta-Analysis. *Journal of Environmental Psychology*, 47, 91-106.

**Mostafa, M. M. (2007).** A Hierarchical Analysis of the Green Consciousness of the Egyptian Consumer. *Psychology&Marketing*, 24(5), 445-473.

**Newholm, T. & Shaw, D. (2007).** Studying the Ethical Consumer: A Review of Research. *Journal of Consumer Behaviour*, 6(5), 253–270.

**Nicholas, L. N., Thapa, B. & Jae Ko, Y. (2009).** Residents' Per-Spectives of A World Heritage Site: The Pitons Man-Agement Area, St. Lucia. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 390-412.

**Northrop, R. B. & Connor, A. N. (2013).** Ecological Sustainability Understanding Complex Issues. New York: CRC Press Taylor&Francis Group.

**Ofstad, S., Westly, L. & Bratelli, T. (1994).** Symposium: Sustainable Consumption. Oslo: Ministry of Environment.

**Oğuz, D., Cakci, I. & Kavas, S. (2010).** Environmental Awareness of University Students in Ankara, Turkey. *African Journal of Agricultural Research*, 5(19), 2629-2636.

**Öztürk Demirbaş, Ç. (2015).** Öğretmen Adaylarının Sürdürülebilir Kalkınma Farkındalık Düzeyleri. Marmara Coğrafya Dergisi, 31, 300-316.

**Paavola, J. (2001).** Towards Sustainable Consumption: Economics and Ethical Concerns for the Environment in Consumer Choices . Review of Social Economy, 59(2), 227–248.

**Peattie, K. (2010).** Green Consumption: Behavior and Norms. Annual Review of Environment and Resources, 35, 195-228.

**Poyraz, E. & Türkün Kaya, B. (2018).** Turizm Sektöründeki Çevresel Sürdürülebilirlik Yatırımlarının Finansmanı, Muğla İli Örneği. International Journal of Contemporary Tourism Research, 2, 11-19.

**Sheth, J. N., Sethia, N. K. & Srinivas, S. (2011).** Mindful Consumption: A Customer-Centric Approach to Sustainability. Journal of the Academy of Marketing Science, 39(1), 21-39.

**Sipilä , J., Tarkiainen, A. & Levänen, J. (2024).** Exploration of Public Discussion Around Sustainable Consumption on Social Media Resources. Conservation and Recycling, 204.

**Sun, Y., Luo, B., Wang, S. & Fang, W. (2020).** What You See is Meaningful: Does Green Advertising Change the Intentions of Consumers to Purchase Eco-Labeled Products? Business Strategy and the Environment, 30(1), 694-704.

**Tanrıverdi, A. B. & Karakaş, G. (2023).** Voluntary Simplicity Lifestyle Differences According to Generations within the Scope of Responsible Consumption. Turkish Journal of Agriculture-Food Science and Technology, 11(7), 1222-1230.

**United Nations. (1987).** Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future: <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>, E.T.: 12.04.2024.

**United Nations. (2017).** Sustainable Development Goals.<https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/>, E.T.: 12.04.2024.

**United Nations. (2018).** <https://hlpf.un.org/2018/blog/sdg-12-ensuring-sustainable-consumption-and-production-patterns-in-tourism>, E.T.: 12.04.2024.

**Xiao, Z., Muhtar, P., Huo, W., An, C., Yang, L. & Zhang, F. (2021).** Spatial and Temporal Differentiation of the Tourism Water Footprint in Mainland China and Its Influencing Factors. *Sustainability*. 13(18), 10396.

**Yemez, İ. & Delice Akca, T. (2024).** Yaşam Tarzının Sürdürülebilir Ürün Satın Alma Niyeti ve Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 8(1), 282-299.

**Zeithaml, V. A., Parasuraman, A. & Berry, L. L. (1985).** Problems and Strategies in Services Marketing. *Journal of Marketing*, 49(2), 33-46.

# **TURİZM VE DESTİNASYON ARAŞTIRMALARI**

## **VII**

### **BÖLÜM VIII**

---



# ÜÇ BOYUTLU BASKI CİHAZI İLE ÜRETİLEN GIDALARIN TURİSTİK ÜRÜN OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİ

**Nalan ASLAN YETKİN**

Öğretim Görevlisi, Siirt Üniversitesi,  
nalan.aslan@siirt.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-0778-3859

**Yeliz PEKERŞEN**

Doçent Doktor, Necmettin Erbakan Üniversitesi,  
ypekersen@neu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-4769-7717

## 1. GİRİŞ

Turizm faaliyetinin öznesi olan turistler farklı ilgi alanları kapsamında ziyaret edecekleri bölgeyi seçmektedir. Turistlerin bu seçimlerinde, onların beklentilerini karşılayacak turizm çeşitlerinin varlığı önemli görülmektedir. Ülkeler ve şirketler bu taleplerin karşılanmasına yönelik ellerindeki doğal, tarihi ve kültürel değerleri kullanarak turistik ürünlerini çeşitlendirmeyi amaçlamaktadır (Güzel, 2010). Turistik ürünlerin çeşitlendirilmesi, farklı turizm türleri ve onların çeşitli ihtiyaçlarını karşılaması sebebiyle turistlerin daha fazla tatmin olmasına neden olmaktadır. Böylece turistlerin kalış sürelerini uzatması, destinasyonu başkalarına tavsiye etmeleri dolayısıyla da turizm şirketlerinin gelirlerinin artması ve yerel halka yeni iş olanaklarının oluşmasını sağlamaktadır. Bu durum yerel halkın yaşam standartlarını yükseltmektedir. Öte yandan turistik ürün çeşitlendirmesi ile bölge yoğunluğu azaltılarak tahribatın önüne geçilmektedir. Çevrenin korunması noktasında önemli olan bu durum ile mevcut kaynakların daha uzun süre kullanılması sağlanmaktadır (Petrova & Marinova, 2014).

Pek çok ülke için ekonomik kaynakların oluşumunda ve sosyo-ekonomik kalkınmanın sağlanmasında faydalı görülen

turizmin çeşitlendirilmesi kresel çapta destinasyonlar arasında rekabeti artırmaktadır (Lejarraga & Walkenhorst, 2009; Korn & Kol, 2018). Bu durum turizm paydaşlarının teknolojik gelişmelere uyum sağlayabilmelerini gerektirmektedir. Küreselleşen dünyanın gelişmiş bölgelerinde teknoloji ve g hızlı bir biçimde yer değiştirmektedir. Devamlı yeni tesislerin açıldığı ve turistik ürünlerin ortaya çıktığı bu sistemde bu tesisleri doldurmak ve arzın karşılanması için doğru stratejilerin geliştirilmesi teknolojinin, yeniliklerin ve trendlerin takip edilmesi gerekmektedir (Durna & Babür, 2011). Bu yeniliklerden biri olan üç boyutlu baskı cihazları; bireylerin yaşı, fiziksel/sağlık durumu (zindeliği), beslenme durumu ve enerji ihtiyaçları dikkate alınarak kişiselleştirilmiş yemekler ve dijitalleştirilmiş beslenmeye olanak sağlamaktadır (Tomaşevi, 2021). Gıda sektöründe büyük bir potansiyeli olan bu cihazlar detaylandırılmış dokular, karmaşık geometriler ve özel beslenme içerikleri sağlayabilmektedir (Aldanmaz & Sever, 2017). Günümüzde halen tam potansiyeline kavuşmamış üç boyutlu baskı cihazlarına yönelik talep azımsanmayacak boyutlara ulaşmaktadır (Değerli & El, 2017). Bu doğrultuda çalışmada, turistik ürün kavramı açıklanması, turistik ürün çeşitlendirmesinin önemi vurgulanması ve turistik ürün olarak üç boyutlu baskı cihazları ile üretilen gıdaların değerlendirilmesi amaçlanmaktadır.

## 1.1. İlgili Alanyazın

### 1.1.1. Turistik rn

*Turizm*; insanların gezme, görme, dinlenme, merak, eğlenme, din, spor, toplantılara katılma, eğitim, alışveriş, sağlık, ziyaret gibi amaçlar ile geçici seyahatleri sürecince en az bir gece konaklamaları ve turizm işletmelerinin ürettikleri mal ve hizmetleri satın almalarıyla ilişkilendirilmektedir. Bu faaliyetleri gerçekleştiren bireyler *turist* olarak tanımlanmaktadır (Hazar, 2016). Turistin bulunduğu destinasyondan ayrılıp tekrar aynı destinasyona dönene kadar geçen süre içerisinde yaşamış olduğu deneyimler, satın aldığı ürün ve hizmetlerin tamamı, *turistik ürün* olarak ifade edilmektedir (Usta, 2001). Turizm sektörünün kapsadığı tüm

faaliyetler (otel odası, restoran tüketilen yemek, uçak bileti, rehberlik hizmeti, vb.) bir araya gelerek turistik ürünü oluşturmaktadır (Sarkım, 2007). Turistik  r n, dar anlamda, turizm faaliyetinin gerçekleştiği destinasyonda turist talebini karşılamaya yönelik gerçekleştirilen her şey olarak belirtilmekte ve en önemli özelliği birbirini tamamlayan pek çok soyut ve somut faktörün bir araya gelmesi olarak ifade edilmektedir (Cengiz, 2012; Baranaydın, 2016). Doğal kaynaklar, kültürel değerler, tarihi yapılar ve restoran, vb. varlıklar somut tarafını oluştururken bu hizmetleri satın alırken zihinde beliren olumlu ya da olumsuz düşünceler ve yaşanan olaylar kavramın soyut tarafını oluşturmaktadır (Aijana, 2010; Cengiz, 2012). Bir ürünün turistik ürün olarak değerlendirilebilmesi için birtakım özelliklere sahip olması gerekmektedir. Bu  zellikler çekicilik, ulaşılabilirlik, etkinlikler, imaj ve turizm işletmeleri olarak belirtilmektedir (Kozak, 2019).

➤ ** ekicilik (Cazibe):** Turistin destinasyon tercihinde bir yeri diğerine tercih etmesini sağlayan temel unsurlardan biri olarak g r lmektedir (TÜRSAB, 2020). Çekicilik, doğal, insan yapımı, kültürel ve sosyal olmak üzere dört başlıkta incelenmektedir.

- *Doğal  ekicilikler;* temiz hava, vadiler, ırmaklar, kanyonlar, flora ve fauna,

- *İnsan yapımı  ekicilikler;* tarihi ve modern mimari yapılar, park, bahçe, anıt, kayak merkezi gibi yerler,

- *Kültürel  ekicilikler;* din, sanat, tiyatro, müzeler, eğlence, festivaller, tarih ve folklor,

- *Sosyal  ekicilikler;* Yerel halkın yaşam biçimi, dili ve sosyal durumları olarak ifade edilmektedir ( zel, 2016; Aijana, 2010).

➤ **Ulaşılabilirlik:** Turistik merkezlerin hedef kitleye uzaklığı, ulaşım süresi ve ulaşım masraflarının makul düzeyde olmasını ifade etmektedir. Bu doğrultuda kalabalık nüfuslu yerleşim yerlerinin yakınlarında bulunan bölgeler turistler için en rahat ulaşılabilir yerler olarak g r lmektedir (Aigerim, 2010). Dolayısıyla ulaşım altyapısının sağlanması önemli olmaktadır. Yüksek çekiciliğe sahip bir bölge ulaşım olanaklarının yetersizliği sebebiyle tercih dışı kalabilmektedir (Baranaydın,

2016). Ulaşım alt yapısı sağlanması karayolları, limanlar, havaalanı, raylı sistem ve toplu taşıma gibi imkanların varlığını ifade etmektedir. Bu araçların kapasitesi, sefer süreleri ve saatleri ulaşılabilirlik üzerinde etkili olmaktadır (Aigerim, 2010). Örneğin; şehirler ya da ülkeler arasında bağlantılı uçuşlar arası geçirilecek srenin uzun olması, havaalanından konaklanacak yerin uzak olması ve maliyetlerin yüksek olması caydırıcı etki göstermektedir. Bu sebeple turizm bölgelerinde bulunan ulaşım ağının özellikle de yoğun sezonlarda yeterli düzeyde ve kaliteli olması beklenmektedir (zel, 2016). Bununla birlikte günümüzde ulaşım altyapısının gelişmiş imkânları, uzaklığın önemini yitirmesine neden olmaktadır (TÜRSAB, 2020).

➤ **Etkinlikler:** Turizm ürününü oluşturan önemli bir unsur olmakla birlikte, tek başına bir turistik ürün olarak da ifade edilmektedir (zel, 2016). Festivaller, şenlikler, kongre, fuar, spor müsabakaları ve bayram gibi insanların bir arada olmasını sağlayan durumlar bu kapsamda değerlendirilmektedir (Demir, 2023). Çeşitli etkililer vasıtasıyla destinasyonlarda yoğunluk yaşanabilmektedir. Bireyler hem bu etkinliklere dahil olup hem de ulaşım, konaklama, yeme içme ve eğlence alanlarındaki diğer ürünleri de tüketmektedir (zel, 2016).

➤ **İmaj:** Hedef kitlede yer alan bireylerin turistik ürüne yönelik düşünceleri ve değer yargıları olarak tanımlanmaktadır (Baykasoğlu ve ark., 2004). İmaj, tüketicinin algısı ve duygusallığı olmak üzere iki bileşen ile ilişkilendirilmektedir. *Tüketicisi Algısı;* turistlerin ziyaret niyetlerini o bölgenin çekici kaynaklarına ve özelliklerine göre belirlemesi ve her turistin verdiği değer ve önemin farklılığını ifade etmektedir. *Duygusallık;* destinasyonun turiste uyandırdığı duygu ve hisleri ifade etmektedir (Lopes, 2011). Turizmde imajın oluşumu, bilgilenme seviyesi (tanıtım reklamları, tavsiyeler), mevcut yargılar (turistlerin bir konu bir bölge ya da bir ürüne yönelik kalıplaşmış düşünceleri) ve sunulan hizmetler-olanaklar (turistik ürünle ilişkili özellikler) ile sağlanmaktadır (Avcıkurt, 2010). Bazı destinasyonlar belirli imajlarla

hatırlanmaktadır. Örneğin; Afyon termal turizmiyle, Mardin kültür turizmiyle, Konya inanç turizmi ile zihinlerde kalmaktadır.

➤ **Turizm İşletmeleri:** Turizm sektöründe faaliyet gösteren, turistin konaklama (otel, motel, pansiyon, tatil köyü, kamping, vb.), yeme-içme (restoran, kafeterya, vb.), sosyalleşme (eğlence merkezleri), ulaşım (seyahat acenteleri, tur operatörleri, vb.) ve amaçlarına yönelik olarak tercih ettiği (kongre, fuar, sağlık, vb.) işletmeleri ifade etmektedir (Ünal & Bayar, 2021). Bu işletmeler verdikleri hizmet ve ürettikleri mallar ile turizm sektörünün birincil ürünlerini oluşturmaktadır (Özel, 2016).

### 1.1.2. Turistik Ürünün Çeşitlendirilmesi

Klasik kitle turizmine yönelik taleplerin tükenmesi, turizm otoritelerini alternatif turistik ürün geliştirme amacına yöneltmektedir (Tosun & Bilim, 2004). Turizm sektöründe turistin beğenisine sunulan mal ve hizmetlerin, benzerlerinin fazlaca olması sebebiyle turizmin talep esnekliğinin yüksek olduğu belirtilmektedir. Dolayısıyla birbirleri ile emsal turistik ürünler sunan işletmeler, yöre-bölgeler ya da ülkeler devamlı rekabet halinde olmaktadır. Bu rekabet ortamı turistik ürünün çeşitlenmesine temel oluşturmaktadır (Sarkım, 2007). Turistik ürünün çeşitlendirilmesi; rekabetçi, pazarlama araçlarının kullanılarak çeşitli ve özelleştirilmiş turistik ürün sunma süreci olarak tanımlanmaktadır (Benur & Bramwell, 2015).

Tek bir turistik ürüne bağlı kalmak, doğal kaynakların tükenmesi, rakiplerin arkasında kalmak, modanın bitmesi ve mevcut kaynakların optimum kullanılmaması gibi pek çok problemi doğurmaktadır (Kozak & Kızılırmak, 2014). Dolayısıyla ekonomik koşullar ve gelişen teknoloji de ele alındığında turistik ürünün çeşitlenmesi ihtiyacının arttığı tespit edilmektedir (Akgöz ve ark., 2016). Turistik ürün çeşitlendirilmesinde dikkate alınacak hususun özgünlük olduğu belirtilmektedir. Teknolojinin ürün geliştirmedeki önemi göz önüne alındığında (Ünsal, 2016), bu özgünlüğün sağlanmasında önemli bir fırsat olduğu düşünülmektedir. Ancak bu sayede rekabet üstünlüğü sağlanacağı ifade edilmektedir (Kozak & Kızılırmak, 2014). Benzer bir şekilde

Tosun & Bilim (2004), farklı ürünlerin rekabet gücünü artırmada önemli bir unsur olduğu belirtmektedir. Purnomo ve arkadaşları (2018) ise teknolojinin rekabet avantajı sağlamanın yanında sürdürülebilir kalkınma için de önemli olduğunu vurgulamaktadır. Dolayısıyla turistik ürünün çeşitlendirilmesi, tek bir üründe veya belli bir alanda uzmanlaşmak yerine genişlemeyi ifade etmektedir (Weindefeld, 2018). Turistik ürünün çeşitlendirilmesi ilişkili ve ilişkisiz stratejiler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

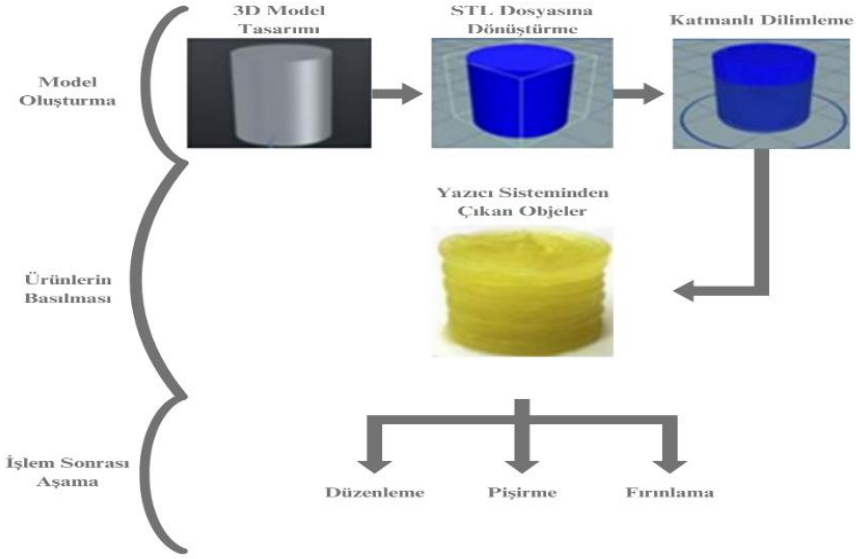
İlişkili stratejiler; Turistik ürünlerle ilgili maliyetleri düşürmeyi amaçlayan yatay, dikey ve çapraz stratejileri içermektedir. Yatay çeşitlendirme stratejileri bir kuruluşun yeni ürünleri pazarlayarak ve mevcut ürünlerini yeniden tasarlayarak veya birleştirerek rakip pazara girmesi ile ortaya çıkmaktadır (Abdo, 2020). Bir otel işletmecisinin, zincir bir otelde hisse alarak ürünlerini genişletmesi örnek verilebilmektedir (Weindenfeld, 2018). Dikey çeşitlendirme stratejileri; kuruluşun birbirini tamamlayan iki farklı hizmeti birleştirerek pazara girmesi olarak tanımlanmaktadır. Örneğin; bir otelin havayolu transferi sağlaması ya da kendi müşterilerine yönelik alternatif yeni bir hizmet yaratması gibi düşünülebilmektedir. Çapraz çeşitlendirme stratejileri; bankaların seyahatle ilgili finansal hizmetlere dâhil olması gibi yakından ilişkili bir ürün grubuyla müşterileri hedeflemek için ortak bir bilgi ve teknoloji platformunun kullanılması olarak tanımlanmaktadır (Abdo, 2020). İlişkisiz stratejiler; tamamen yeni ürünler ortaya koyma hedefi taşımaktadır. Daha riskli olarak görülmekte fakat özel sektör tarafında uygulanma ihtimali daha yüksek olarak belirtilmektedir. Çeşitlendirme stratejileri aynı zamanda potansiyel turistin yeniden yönlendirilmesini de kapsamaktadır. Örneğin; öncesinde çok sık kullanılmayan bir bölgede bisiklet yolları yapılması, spor ve sağlık faaliyetlerinin düzenlenmesi mutfak kültürüne yönelik işletmelerin açılması turistlerin bu bölgeye yönelmesini sağlamaktadır (Weindenfeld, 2018).

Turistik ürünlerin çeşitlendirilmesi ile yeni imkânlar sunularak, belirli turistik alanlardaki yoğunluğun azaltılması

sağlanmaktadır. Bu sayede kapasitenin aşılması probleminin ortadan kalkacağı sonucuna ulaşılmaktadır (Cengiz, 2012). Bununla birlikte teknolojik gelişmeler, bilgi ve becerilerin aktarılması, personelin mesleki eğitimi ile birlikte turistik ürünler çeşitlenmektedir (Weindenfeld, 2018). Pek çok ürün ve hizmete olduğu gibi turistik ürünlerde doğmakta, büyümekte, olgunluk düzeyine gelmekte ve gerilemeye başlamaktadır. Üreticilerin bu gerileme dönemine girmemek adına kendilerini daima güncel tutmaları gerekmektedir. Turist davranışlarının süreç içerisinde değişmesi ile birlikte artık yeni yönelim, özel kaliteli ürün ve hizmetler olmaya başlamaktadır. Bu sebeple üreticilerin turist talep ve isteklerine yönelik hizmet ve mal üretmesi önem arz etmektedir. Uluslararası rekabetin yoğun olduğu, tüketici profiline değiştiği ve teknolojinin geliştiği günümüzde turistik ürün çeşitlendirmesine daha çok ihtiyaç duyulmaktadır (Türemez & Kalpaklıoğlu, 2008).

### **1.1.3. Üç Boyutlu Baskı Cihazı ile Üretilen Gıdalar**

Üç boyutlu baskı, katmanların üst üste gelerek birikimiyle meydana gelen ve katmanların faz geçişleriyle ya da kimyasal reaksiyonlarla tutunmasını sağlayan üç boyutlu nesneler üretebilen bir sistem olarak tanımlanmaktadır. Baskısı yapılmak istenilen nesnenin tasarımı Bilgisayar Destekli Tasarım (CAD) yazılımı ile gerçekleştirilmekte ve cihaz bilgisayara USB kablosu ile bağlanarak G kodları ve M kodları cihaza aktarılmaktadır (Yang ve ark., 2017). G kodları, motorları baskı bölgesi, baskı hızı ve baskı eksenine göre yönlendirmek için CAD yazılımı tarafından oluşturulan sayısal kontrol dilini ifade etmektedir. M kodları, cihazın çalışması için gerekli olan yardımcı komutları ifade etmektedir. Bu kodlar yüksek bellek alanına ihtiyaç duymaktadır. Kodların doğru çalışması üretilen ürünün kalitesi ve işlem süresi ile doğrudan ilişkili olmaktadır (Nachal ve ark., 2019). Resim 1 ve Resim 2’de katmanların oluşumu ile nihai ürünün ortaya çıkış süreci gösterilmiştir.



**Resim 1. Üç Boyutlu Yazıcıda Gıda Baskı Sürecinin Şematik Diyagramı**

**Kaynak:** Guo ve ark., (2019).

İlk olarak askeri alanda kullanılmaya başlanan bu cihaz Chuck Hull tarafından 1983 yılında üretilmiştir. Gıdalarda kullanımı 2006 yılında Fab@Home Model 1 ile başlamıştır. Bu cihaz çeşitli baskı malzemeleri kullanarak formlar üretebilen açık kaynak tasarımlı üç boyutlu yazıcı olarak piyasaya sürülmüştür. İlk olarak krema ve çikolatadan şekiller yapmak için kullanılmıştır (Lipton ve ark., 2015). Araştırmacıların yoğun ilgi ve çalışmalarıyla hızla geliştirilmiştir.



**Resim 2. Üç Boyutlu Yazıcıda Gıda Baskı Sürecinin İş Akışının Şematik Diyagramı**

**Kaynak:** Guo ve ark., (2019).

Günümüzde gıda sistemlerinde ürün denemeleri yapılmaktadır (Wegrzyn ve ark., 2012; Lipson & Kurman, 2013). Üç boyutlu baskı cihazları, karmaşık şekiller oluşturabilme, zaman tasarrufu ve iş gücünün azalması gibi sebeplerle gıda sektörü için hızla gelişen, umut verici ve önemli avantajlar sağlayan bir teknoloji olarak görülmektedir (Yang ve ark., 2018). Bununla birlikte özelleştirilmiş gıda tasarımları, kişiselleştirilmiş ve dijitalleştirilmiş beslenme, tedarik zincirinin basitleşmesi ve mevcut gıda malzemesinin kaynağının genişletilmesi gibi pek çok avantajı bulunmaktadır. Bu teknoloji ile birlikte bireylerin, şeflerin, beslenme uzmanlarının, gastronomların el emeği ile üretemeyecekleri ve geleneksel kalıplar ile istenilen sonuca ulaşamayan karmaşık dokuları ve fantastik yemekleri üretebilecekleri belirtilmektedir (Liu ve ark., 2017). Geleneksel yemeklerin üretiminde malzemelerin belirli kurallara göre karıştırılması ve kontrol altında tutulması gerekliliği bulunmaktadır. Üç boyutlu gıda baskı cihazlarının teknik olarak tüm bu yemek pişirme süreçlerini ortadan kaldırabilecek bir potansiyele sahip olduğu belirtilmektedir (Lipton ve ark., 2015). Yazdırma sürecinde seçilen tarife uygun çok çeşitli malzemeler otomatik olarak

karıştırılmakta ve kullanıcı kontrölüne ihtiyaç duymadan cihaz nihai ürüne ulaşabilmektedir (Yang ve ark., 2017). Birbirinden farklı kişiselleştirmiş gıda ürünleri meydana getiren bu cihaz ile üretilen gıdaların pazarda yerini aldığı belirtilmektedir. Üç boyutlu baskı cihazları daha az hammadde ve enerji kullanımı sayesinde ekolojik ayak izinin azaltılmasını sağlamaktadır. Ayrıca işleme esnasında pek çok adımı tek bir basamakta birleştiren etkili bir sistem olduğu için gıda israfının azalmasını sağlamaktadır. Bununla birlikte, komut verilmedikçe üretim yapılmaması sebebiyle daha az su ve daha az enerji tüketimi yapılmaktadır. Bu durum üç boyutlu baskı cihazlarının sektörde kullanılmasının gerekliliğini göstermektedir (Meral & Demirdöven, 2022).

#### 1.1.3.1. Üç Boyutlu Gıda Baskısında Kullanılan Teknikler

Üç boyutlu baskı cihazlarıyla gıda üretiminde çeşitli teknikler kullanılmaktadır. Bu teknikler; ekstrüzyon yoluyla baskı, sinterleme teknolojisi, mürekkep püskürtmeli yazıcı ve bağlayıcı püskürtme olarak belirtilmektedir. Üretilen ürünler tekniklere göre farklılık göstermektedir (Liu ve ark., 2017). Tablo 1’de farklı baskı teknolojilerinin avantajları, dezavantajları ve mevcut malzemeleri gösterilmektedir.

Hangi işlemin kullanılacağını belirlemek için, basılan malzemelerin içeriğinin doğru belirlenmesi gerekmektedir. Cihazlarda kullanılan baskı malzemeleri yazdırılabilir malzemeler, yazdırılamayan geleneksel gıda malzemesi ve alternatif malzemeler olmak üzere üç grupta incelenmektedir (Dankar ve ark., 2018).

**Tablo 1. Üç Boyutlu Gıda Baskı Teknolojilerinin Karşılaştırılması**

|                       | <b>Ekstrüzyon Bazlı Baskı</b>                              | <b>Seçici Lazer Sinterleme</b>           | <b>Bağlayıcı Püskürtme</b>                                              | <b>Mürekkep Püskürtmeli Yazıcı</b>           |
|-----------------------|------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| <b>Mevcut Malzeme</b> | okolata, hamur, peynir, et püresi gibi yumuşak malzemeler | şeker, okolata, yağ gibi toz malzemeler | Nişasta, şeker, protein gibi sıvı bağlayıcı ve toz halindeki malzemeler | Pizza sosu gibi düşük viskoziteli malzemeler |

|                      |                                                                                         |                                            |                                                                                   |                                                                                        |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Avantajlar</b>    | Daha fazla malzeme seçeneği, basit cihaz                                                | Karmaşık 3D gıda üretimi, değişen dokular  | Karmaşık üç boyutlu gıda üretimi, tam renk potansiyeli, değişen tatlar ve dokular | Daha fazla malzeme seçeneği, daha iyi baskı kalitesi, hızlı imalat                     |
| <b>Dezavantajlar</b> | Karmaşık gıda tasarımlarını üretememek, üç boyutlu yapıları işlem sonrası tutma zorluğu | Sınırlı malzeme, daha az besleyici ürünler | Sınırlı malzeme, daha az besleyici ürünler                                        | Basit yiyecek tasarımı, yalnızca yüzey doldurma veya görüntü dekorasyonu için kullanım |

**Kaynak:** Liu ve ark., (2017).

Yazdırılabilir baskı malzemeleri; kek kreması, hidrojeller, yumuşak peynir, çikolata ve humus gibi ürünleri içermektedir. Yazdırılabilir malzemeler şırıngadan problemsiz bir şekilde ekstrüde (malzemenin dışarı itilerek şekil alma işlemi) edilebilmektedir. Katmanların oluşumu sonrasında şekillerinde herhangi bir bozulma olmamaktadır ve baskı sonrasında herhangi bir işlem gerektirmemektedir. Basılabilir malzemelerden yapılan bu ürünler tamamen özelleştirilebilmektedir (Cohen ve ark., 2009; Sun ve ark., 2015). Yazdırılamayan geleneksel gıda malzemeleri; yapısı bakımından basılamayan bireylerin günlük olarak fazlaca tükettiği pirinç, et, meyve ve sebze gibi yiyecekler olarak ifade edilmektedir. Ekstrüzyonlarını kolaylaştırmak için mutfak alanında onaylanmış ve kullanılan katkı maddelerinin eklenmesi gerekmektedir. Baskıya uygun hale getirmek için karragenan, arap zıncı, ksantan zıncı ve jelatin gibi hidrokolloidler ürün şekillerini daha iyi korumalarına yardımcı olmak üzere eklenebilmektedir (Nachal, 2019). Bu sayede bazı katı gıdalar ve yarı katı sıvılar yazdırılabilir hale gelecek şekilde değiştirilmektedir. Ancak geleneksel gıda malzemelerinin tüm listesini test etmek ve değiştirmek zor olmaktadır (Dankar, 2018). Alternatif malzemeler; algler, mantarlar, deniz yosunları, acı bakla ve böcekler gibi alternatif bileşenlerin gıda maddelerine eklenmesini ile oluşturulabilmektedir. Bununla birlikte mevcut tarım ve gıda süreçlerinden elde edilen kalıntıların biyolojik olarak aktif metabolitlere, enzimlere ve gıda aroması bileşiklerine

dönüştürölmek üzere kullanılmasını kapsamaktadır (Yang ve ark., 2001; Sun ve ark., 2015; Dankar, 2018). Bu doğrultuda karbonhidratlardan, proteinlerden ve alg veya böcek kaynaklarından ekstrakte edilen (bir çözelti içindeki organik ve inorganik bir maddeyi başka bir çözücü yardımı ile ayırma işlemi) besinlerden bifttek basımı gerçekteşmiştir (Nachal, 2019). Resim 3'de üç boyutlu baskı cihazı ile üretilen gıdalara yönelik örnekler sunulmaktadır.



**Resim 3. Üç Boyutlu Üretilen Gıdalar**

**Kaynak:** Wall Street International Science & Technology, (2018).

#### **1.1.3.2. Üç Boyutlu Baskı Cihazı ile Üretilen Gıdaların Geleceği**

Üç boyutlu gıda baskı teknolojisindeki gelişmeler ile birlikte, fabrikasyon gıda tasarımlarının mutfak profesyonelleri ile paylaşılması, onların gıdaları ihtiyaca göre basmalarını sağlamaktadır. Bu teknoloji ile günümüzde uygulanan reçete paylaşımı gibi üç boyutlu gıdaların tasarımları da paylaşarak çeşitli şefler tarafından geliştirilebileceği ön örlmektedir (Sun ve ark., 2015b). Bireylerin sağlık koşulları, yaşam tarzları ve

iştahlarına hitap edecek bu sistem ile çeşitli tatlar, şekiller ve boyutlarda gıda üretecek olmaları teşvik edici bir unsur olarak görülmektedir (Yang ve ark., 2017). Üç boyutlu gıda baskısı sağlıklı beslenme için devrim olarak nitelendirilmekte ve fonksiyonel ürünlerin tasarımı ile birey gereksinimlerinin karşılanacağı ifade edilmektedir (Shahbazi & Jäger, 2020).

Orta vadede üç boyutu baskı ile üretilen gıdaların ticarileştirileceği ön görülmektedir. Bu süreçte formülasyon tasarımı ve içerik standardizasyonu maliyetli gözükse de geleneksel gıda üretiminde katlanılan maaliyet düşünüldüğünde göz ardı edilebilecektir (Wegrzyn, 2012). Tüketicilerin gıda tasarımlarına çevrimiçi satın almalarına olanak sağlayacak bu sistem ile bireylerin evde kendi ürünlerini üretmelerini sağlayacağı ifade edilmektedir. Dolayısıyla dağıtım ve paketleme maaliyetlerini azaltacak bir teknoloji olarak görülmektedir. Bununla birlikte, geleneksel gıdalardan daha hızlı üretimi gerçekleşen bu gıdaların bireyler tarafından zamanlama sebebiyle tercih edileceği düşünülmektedir (Sun ve ark., 2015; Nachal, 2019). Halen geliştirilmeye açık üç boyutlu gıda baskı teknolojisinin yerini gelecekte dört boyutlu baskı teknolojisinin alacağı ifade edilmektedir. 2013 yılında MIT’de bir araştırma grubu ilk defa “4D baskı teknolojisi” terimini kullanmıştır. Bu teknoloji temelde üç boyutlu baskı teknolojisine dayandırılmaktadır fakat ek uyarılar ve uyarana duyarlı materyaller gerektirmektedir (Le-Bail ve ark., 2020). Bu sebeple konuya ilişkin yatırımların geç kalınmadan yapılması önemli görülmektedir. Turizm sektörü nezdinde değerlendirildiğinde, rutin yaşamlarından uzaklaşmak isteyen ve yenilik arayışı içinde olan turistlerin günceli takip ettiği ve yeni deneyimler arayışına girdiği belirtilmektedir. Bununla birlikte turizm sektöründe yalnızca turistlerin bu arayışlarına yönelik hizmet üreten işletmelerin ayakta kalabileceği vurgulanmaktadır (Kanca, 2019). Dolayısıyla üç boyutlu baskı cihazı ile üretilen gıdaların turizm sektörü için bir fırsat olacağı düşünülmektedir.

## 2. SONUÇLAR, TARTIşMA VE ÖNERİLER

Klasik turizm alanları yeni dünyanın taleplerini karşılayamaz duruma gelmiştir. Dolayısıyla yeni turistik ürünlerin varlığı önemli görölmekte ve ölkelerin en önemli politikası haline gelmektedir. Yeni turistik ürünlerin planlanması on iki ay boyunca ve her bölgede turizm hareketliliğine olanak sağlamaktadır. Turistik ürün çeşitlendirilmesi, dünyanın her yerinde kabul edilen pazarlama ve büyüme stratejisi olarak görölmektedir (Kozak & Kızılırmak, 2014). Rekabetin yoğun yaşanması ve demografik, ekonomik, sosyokültürel, siyasal, organizasyonel, ekolojik ve teknolojik değişim dinamikleri turist beklentilerinin değişmesine neden olmaktadır. Bu değişim turistleri yeni arayışlara yönlendirmektedir (Cengiz, 2012). Bu doğrultuda teknolojik gelişmelerden biri olan üç boyutlu gıda baskı cihazlarının her geçen gün yaygınlaştığı ve gün geçtikçe başarılı sonuçlar alındığı gözlenmektedir. Müşteri ihtiyaçlarına yönelik tasarlanmış yiyecekleri, özel beslenme koşullarını (yeme güçlüğü, vb.) kapsayan bu sistem için pazar ihtiyacı bulunmaktadır (Lipton ve ark., 2015). Yiyecek ve içeceklerin deneyimlenmesi motivasyonu ile gerçekleştirilen gastronomi turizmi kapsamında tüketicilerin doygunluğa eriştiği gözlenmektedir. Her geçen gün yeni bir deneyim peşinde olan günümüz tüketicisi güncel yenilikleri takip etmektedir. Günümüzde pek çok ürünün ve deneyimin erişilebilir olması (yöresel ürünlerin paketlenerek gönderilmesi, artırılmış gerçeklik ile deneyimlenen mekânlar, vb) ile gastronomi turistlerinin motivasyonlarının düşeceği düşünülmektedir. Ülkeler, bölgeler, resmi ya da özel kuruluşlar tarafından önemli bir ekonomik kaynak olarak görölen, bölgede çeşitli istihdam olanakları ve ekonomik gelir düzeyinin artmasını sağlayan (Cihangir ve ark., 2023) turizm ve gastronomi bu noktada yenilenmeye ihtiyaç duymaktadır. Dolayısıyla turistik ürünün çeşitlendirilmesi kapsamında gastronomik ürünlere yönelim ve üç boyutlu baskı cihazları ile üretilen gıdalar özelinde çalışmalar yapılması önemli görölmektedir. Deneyim ve yenilik arayışında olan turistler için üç boyutlu baskı cihazları ile üretilen gıdalar bir fırsat olarak görölmektedir. Bununla birlikte bu gıdaların turistik ürün olarak değerlendirilmesi ile ürünlerinin

tanınırlığının ve bu sektöre yönelik yatırımların artacağı düşünülmektedir.

### 3. KAYNAKÇA

**Abdo, A. M. (2020).** Product Diversification in Destinations: The Case of Aswan. *Minia Journal of Tourism and Hospitality Research*, 9(1), 139-155.

**Aigerim (2010).** Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikası ve Kazakistan Burabay Turizm Bölgesi ile İlgili Bir Uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

**Ajiana (2010).** Kırgızistan Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi ve Uygulanabilecek Turistik Ürün Çeşitleri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

**Akoğlan Kozak, M. & Kızılırmak, İ. (2014).** Turistik Ürün Çeşitlendirmesi: Kültür ve Turizm Müdürleri Görüşlerine Dayalı Bölgesel Yaklaşımlar. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(5), 1-24.

**Aldanmaz, E. A. & Sever, R. (2017).** Gıdaların Dizaynında 3 Boyutlu Yazıcı Teknolojisi Uygulamaları. 19. Akademik Bilişim Konferansı, Aksaray Üniversitesi, Aksaray.

**Avcıkurt, C. (2010).** Turizmde Tanıtma ve Satış Geliştirme. (3. Baskı). İstanbul: Değişim Yayınları.

**Baykasoğlu, A., Dereli, T., Sönmez A. İ. & Yağcı, E. (2004).** İmaj Yönetimi, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 3-18.

**Benur, A. M. & Bramwell, B. (2015).** Tourism Product Development and Product Diversification in Destinations. *Tourism Management*, 50, 213-224.

**Cengiz, F. (2012).** Üçüncü Yaş Turistlere Yönelik Turistik Ürün Analizi: Alanya Uygulaması. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

**Cihangir, İ. S., Akmeşe, H. & Akmeşe, K. A. (2023).** Yöresel Gastronomik Ürünlerin Gastronomi Turizmine

Kazandırılması Sürecinde Kadın Kooperatiflerinin Tutumları: Denee Kadın Kooperatifi Üyeleri Üzerine Bir Araştırma. Necmettin Erbakan Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakóltesi Dergisi, 5(2), 205-225.

**Cohen, D., Lipton, J., Culter, M., Coulter, D., Vesco, A. & Lipson, H. (2009).** Hydrocolloid Printing: A Novel Platform for Customized Food Production. In: 20. Annual International Solid Freeform Fabrication Symposium, pp.807-817.

**Dankar, I., Haddarah, A., Omar, F. E. L., Sepulcre, F. & Pujolà, M. (2018).** 3D Printing Technology: The New Era for Food Customization and Elaboration, Trends in Food Science & Technology, 75, 231-242.

**Değerli, C. & El, S. N. (2017).** Üç Boyutlu (3D) Yazıcı Teknolojisi ile Gıda Üretimine Genel Bakış. Turkish Journal of Agriculture-Food Science and Technology, 5(6), 593-599.

**Durna, U. & Babür, S. (2011).** Otel İşletmelerinde Yenilik Uygulamaları. Uluslararası Alanya İşletme Fakóltesi Dergisi, 3(1), 73-98.

**Demir, R. (2023).** Özel İlgi Turizmi Kapsamında Motosikletli Turistlerin Destinasyon ve Turistik Ürün Tercihlerine Yönelik Analitik Bir Yaklaşım: Türkiye Örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.

**Güzel, Ö. (2010).** Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Yeni Bir Dinamik: İnanç Turizmi. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 2(2), 87-100.

**Guo, C., Zhang, M. & Bhandari, B. (2019).** Model Building and Slicing in Food 3D Printing Processes: A Review. Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety, 18(4), 1052-1069.

**Hazar, A. (2016).** Çağdaş Değişimler ve Yenilenen Mevzuatlar Çerçevesinde Genel Turizm. Ankara: Nobel Yayıncılık.

**Kanca, B. (2019).** Turizmde Yenilik Arayışı. (Edt.: Ertaş, Ç. & Kanca, B.). İçinde: Turizmin Geleceği Yeni Arayışlar. Ankara: Detay Yayıncılık.

**Kozak, N. (2019).** Turizm Pazarlaması. (8. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

**Le-Bail, A., Maniglia, B. C. & Le-Bail, P. (2020).** Recent Advances and Future Perspective in Additive Manufacturing of Foods Based on 3D Printing. Current Opinion in Food Science, 35, 54-64.

**Lejárraga, I. & Walkenhorst, P. (2009).** Fostering Productive Diversification Through Tourism. Breaking into New Markets: Emerging Lessons for Export Diversification, 197-210.

**Liu, Z., Zhang, M., Bhandari, B. & Wang, Y. (2017).** 3D Printing: Printing Precision and Application in Food Sector. Trends in Food Science&Technology, 69, 83-94.

**Lipton, J. I., Cutler, M., Nigl, F., Cohen, D. & Lipson, H. (2015).** Additive Manufacturing for the Food Industry. Trends in Food Science&Technology, 43(1), 114-123.

**Lipson, H. & Kurman, M. (2013).** Fabricated: The New World of 3D Printing. USA: John Wiley&Sons.

**Lopes, S. D. F. (2011).** Destination Image: Origins, Developments and Implications. Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 9(2), 305-315.

**Meral, H. & Demirdöven, A. (2021).** Gıdanın Özelleştirilmesi ve Detaylandırılmasında Üç Boyutlu (3D) Yazıcının Kullanımı. Gıda, 47(1), 91-106.

**Nachal, N., Moses, J. A., Karthik, P. & Anandharamakrishnan, C. (2019).** Applications of 3D Printing in Food Processing. Food Engineering Reviews, 11(3), 123-141.

**Özel, Ç.A. (2016).** Turizm Pazarlamasında Pazarlama Karması Elemanlarının Yeri. (Edt.: Aksöz, E.O.). İçinde: Turizm Pazarlaması. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

**Petkova, E. & Marinov, V. (2014).** Development of Diversified Tourism Destination Products-A Case Study of Tourism Destination, Municipality of Sofia, Bulgaria. *Journal of Environmental&Tourism Analyses*, 2(1), 33-47.

**Purnomo, A., Wiradimadja, A. & Kurniawan, B. (2019).** Diversification of Tourism Product in KSPN Ijen. In: *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 243(1), 012079.

**Sarkım, M. (2007).** Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikaları ve Antalya Örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İzmir.

**Shahbazi, M. & Jäger, H. (2020).** Current Status in the Utilization of Biobased Polymers for 3D Printing Process: A Systematic Review of The Materials, Processes, and Challenges. *ACS*, 4(1), 325-369.

**Sun J., Peng Z., Zhou W., Fuh J. Y., Hong G. S. & Chiu A. (2015).** A Review on 3D Printing for Customized Food Fabrication. *Procedia Manufacturing*, 1, 308-319.

**Sun, J., Peng, Z., Yan, L., Fuh, J. Y. H. & Hong, G. S. (2015).** 3D Food Printing an Innovative Way of Mass Customization in Food Fabrication. *International Journal of Bioprinting*, 1(1), 1605-1615.

**Tomašević, I., Putnik, P., Valjak, F., Pavlić, B., Šojić, B., Bebek M. A. & Bursać Kovačević, D. (2021).** 3D Printing as Novel Tool for Fruit-Based Functional Food Production. *Current Opinion in Food Science*, 41, 138-145.

**Tosun, C. & Bilim, Y. (2004).** Şehirlerin Turistik Açından Pazarlanması: Hatay Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 125-138.

**Türemez, Y. & Kalpaklıoğlu, N. Ü. (2008).** Bozcaada'da Turistik Ürün Geliştirme ve Çeşitlendirme Üzerine Bir Çalışma. *Çanakkale İli Değerler Sempozyumu*. ss.57-69. Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.

**TÜRSAB. (2020).** Turizm Ürün ve Hizmetleri. <https://www.tursab.org.tr/assets/pdf/turizm-urun-ve-hizmetleri.pdf>, E.T.: 10.04.2024.

**Usta, Ö. (2001).** Genel Turizm. İzmir: Anadolu Matbaacılık.

**Ünal, A. & Bayar, S.B. (2021).** Turizm İşletmeleri. (Edt.: Bozkurt, M.). İçinde: Turizm İşletmelerinde İtibar Yönetimi. Çanakkale: Paradigma Akademi Yayınları.

**Ünsal, T. (2016).** Küresel Ürün Geliştirme ve Tasarım. Tasarım+Kuram, 5(8), 43-58.

**Wall Street International Science & Technology. (2018).** To Eat, at the Press of A Button. <https://wsimag.com/science-and-technology/43923-to-eat-at-the-press-of-a-button>, E.T.: 10.04.2024.

**Weidenfeld, A. (2018).** Tourism Diversification and Its Implications for Smart Specialisation. Sustainability, 10(2), 319.

**Wegrzyn, T. F., Golding, M. & Archer, R. H. (2012).** Food Layered Manufacture: A New Process for Constructing Solid Foods. Trends in Food Science&Technology, 27(2), 66-72.

**Yang, J., Wu, L. & Liu, J. (2001).** Rapid Prototyping and Fabrication Method for 3-D Food 804 Objects. US: Patent.

**Yang, F., Zhang, M. & Bhandari, B. (2017).** Recent Development in 3D Food Printing. Critical Reviews in Food Science and Nutrition, 57(14), 3145-3153.

**Yang, F., Zhang, M., Prakash, S. & Liu, Y. (2018).** Physical Properties of 3D Printed Baking Dough as Affected by Different Compositions. Innovative Food Science&Emerging Technologies, 49, 202-210.

**Zigern-Korn, N. & Kol, O. (2018).** Bölgesel Turizm Kalkınma Stratejilerinin Doğru Yolu Olarak Turizm Ürününün Çeşitlendirilmesi. 5. Uluslararası Sosyal Bilimler ve Sanat Multidisipliner Bilimsel Konferansları-18. ss.19-26. Bulgaristan.



# **TURİZM VE DESTİNASYON ARAŞTIRMALARI**

**VII**

**BÖLÜM IX**

---



# ANADOLU MUTFAĞINDA EKMEK

**Aykut ŞİMŞEK**

Doktor Öğretim Üyesi, Kastamonu Üniversitesi,  
asimsek@kastamonu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-3317-2330

## 1. GİRİŞ

Anadolu kültürü içerisinde ekmek ve buğdayın yeri oldukça önemlidir (Köksel & Şanlıer, 2021). Özellikle ekmek, insanlık tarihi boyunca temel bir besin kaynağı olmuştur. Bunun dışında ekmek hem edebiyatta hem folklorda hem de metinlerde yer almıştır (Kuter, 2013). Köyden kentlere yaşanan göç, teknolojinin gelişmesi, endüstriyel mayanın bulunması gibi etkenler ekmek çeşitliliğini standartlaştırmış ve ekmek üretim sürecinde bazı değişikliklere sebebiyet vermiştir (Demir & Girgin, 2021). Genel olarak geçmiş yıllarda ocak üzerinde yapılan ekmekler tercih edilirken günümüzde sanayi tipi fırınlarda pişirilen endüstriyel ekmeklere talep artmıştır (Çoşan & Seçim, 2020). Ancak Anadolu ekmek kültüründe geleneksel ekmek tarifleri kırsalda hala yapılmaya devam etmektedir (Demir & Girgin, 2021). Ayrıca Anadolu toplumunun evlerde yapılan geleneksel ekmek yapma fırsatı bulduğunda bunu çoğunlukla tercih edeceğini söylemek mümkündür (Ekmek Sanatı, 2015). Kitabın bu bölümünde de Anadolu mutfağındaki ekmek kültüründen ve öneminden bahsedilmiş, geleneksel ekmeklerden olan bazlama ve mısır ekmeğinin tarifine ilişkin bir araştırma yapılmıştır.

### 1.1. İlgili Alanyazın

#### 1.1.1. Anadolu Mutfacı

Anadolu mutfak kültürü binlerce yıllık geçmişle birlikte oluşmuştur. Farklı dönemlerde farklı uygarlıklar Anadolu'da yaşam sürmüş ve her birinin mutfak kültürü Anadolu mutfak kültürünün çeşitlenmesini etkilemiştir (Akın ve ark., 2015). Söz konusu coğrafyada görülen iklim ve yetişen ürünlerin çeşitliliği,

Selçuklu ve Osmanlı dönemlerindeki gelişmeler ve Mezopotamya'dan kaynaklanan Anadolu mutfağı zengin bir özellik göstermektedir (Güler, 2010; Soğandereli, 2020). Dolayısıyla Anadolu, mutfak kültürünün zenginleşmesini sağlayan bir kültür mozağıdır (Maviş, 2003). Söz konusu mozağı örneklendirmek gerekirse Türkler, Anadolu'ya yerleşmeleri ile birlikte Orta Asya'ya temellenen yemek kültürlerini bu coğrafyaya taşımışlardır. Aynı şekilde Giritli göçmenler de kendi mutfak kültürlerini taşımışlardır. Dolayısıyla bu kültürler genel olarak Anadolu topraklarına yayılarak kendine özgü bir nitelik kazanmıştır (Sarı Gök & Ünüvar, 2020). Anadolu'da M.Ö. 7000'li yıllardan beri buğday tarımı yapıldığı bilinmektedir (Kuter, 2011). Buğday, arpa gibi tahıl ürünleri dünyada ilk olarak Anadolu'yu da içine alan Akdeniz (Mezopotamya ve Mısır'a kadar olan bölge) kıyılarında üretilmiştir (Ceyhun ve ark., 2017). Geleneksel olarak buğday, mısır, arpa gibi tahıllar ayıklanıp yıkandıktan sonra kurutularak öğütülmüş ve taş değirmenlerde un elde edilmiştir (Ünver-Alçay ve ark., 2015). Bulgur gerek özel günlerde gerekse sıradan günlerde geniş bir kullanım alanında var olmuştur (Şahin-Ören ve ark., 2021).

Anadolu, günümüzde birbirinden farklı mutfak özellikleri gösteren yedi coğrafi bölgeden oluşmaktadır. Bölgeden bölgeye yiyecekler farklılaşmakta, yemek yeme ve içme kuralları, kutlama, tören ve özel günler ayrı anlamlar taşımaktadır (Sürücüoğlu & Özçelik, 2007). Döner, simit, köfte, börek, pide, lahmacun gibi yiyecekler Anadolu mutfağının simgesi olarak karşımıza çıkmakta ve bol miktarda tüketilmektedir. Dünya genelinde var olan sebze ve meyvelerin önemli bir kısmı bu coğrafyada yetişmektedir. Nohut, mercimek, pirinç gibi bakliyatlar da yaygın bir şekilde tüketilmektedir (Kızıldemir ve ark., 2014). Ayrıca Anadolu'da Türklerle birlikte Süryaniler, Ermeniler ve Araplar bu coğrafyanın etnik şekillenmesinde etkili olmuştur. Bazı siyasi ve tarihi olaylarla birlikte Çerkez, Gürcü, Arnavut, Boşnak, Bulgar gibi farklı gruplar da Anadolu'ya yerleşmişlerdir. Dolayısıyla bütün bu farklılıkların oluşturduğu bir mutfak söz konusu olmuştur (Yıldız, 2020).

### 1.1.2. Ekmeğin Tarihçesi

Ekmeğin, dünya üzerinde yaşamış ve yaşayan bütün insanların ortak olarak tükettiği tek gıda maddesi olup, vücut için gerekli olan önemli enerji kaynaklarından bir tanesidir (Taşçı ve ark., 2017: 2). Ekmeğin, tarihsel süreç içerisinde açlık ihtiyacının giderilmesinde tercih edilen en önemli besinlerden bir tanesidir (Şahin, 2012). Ayrıca ekmeğin diğer besinlerden hem ucuz olup tokluk vermesi hem de birçok yiyecek için katkı maddesi olması ona değer ve kutsiyet kazandırmıştır (Tepecik & Gümüş, 2017). Tarımın yapılmaya başlanmasıyla birlikte arpa, buğday, mısır gibi tahıl ürünlerinden ekmekler üretilmiştir. Ancak ekmeğin ilk olarak lapa şeklinde hazırlandığı, kızgın toprak üzerinde pişirilerek yapıldığı bilinmektedir (Şahin, 2012). Arkeolojik çalışma sonuçları da incelendiğinde Babillerin M.Ö. 4000 yıllarında fırınlarda ekmeğin pişirmeyi bildikleri görülmektedir. Anadolu’da ise Cilalı Taş Devri’nde avcı ve toplayıcı topluluklar Orta ve Güneydoğu Anadolu’da ekmeğin yapmaya başlamışlardır (Kuter, 2013). Ancak ilk olarak Mısır’da ekmeğin mayalı olarak hazırlanmış ve daha yumuşak, daha kabarık ekmekler elde edilmiştir. Özellikle soylu ve zenginlerin tercih ettiği bu mayalı ekmekler Eski Mısır’da para yerine kullanılmaya başlanmıştır (Kızıldemir ve ark., 2014).

Türkler geçmişten bu yana çok çeşitli ekmeğin yapmışlardır ve bunların başında yufka gelmektedir. Tarihi kaynaklarda “*sinçu*” olarak geçen ekmeğin ise günümüzdeki pideyi andırmaktadır. Ayrıca “*kevşem etmek*” adı verilen ekmeğin, bugün ki somunların bir benzeridir. Yine katmer, çörek, kül çöreği gibi ürünler de ekmeğin benzeri olarak karşımıza çıkmaktadır (Atik-Gürbüz, 2019: 352). Son dönemlerde yapılan çalışmalara göre tarıma ilk defa alınan buğdayın Urfa ve Diyarbakır arasında yer alan Göbeklitepe yakınlarındaki Karacadağ’da olduğu bilinmektedir. Dolayısıyla Anadolu buğdayının anavatanı konumundadır (Karagöz, 2021). Ayrıca ekmeğin çeşitli anlamlar yüklenmiştir. Kanaat etmek için; kuru ekmeğin insana yetebileceği, başkasının ekmeğine el uzatmanın haram olduğu, kazancını helal yoldan elde etmek

için; ekmeğın helalinden kazanılması için zor da olsa çalışmak gerektiğı şeklinde öğütler bulunmaktadır. Ya da tuz ekmek hatırında olduğu gibi vefanın anlatıldığı örnekler de söz konusudur. Yine olumsuz ve beddua anlamlarında da ekmeğın kullanıldığını görmek mümkündür. Ekmeğın yoksulluk alameti sayıldığı, bir parça ekmeğe muhtaç olma bağlamında beddua için de kullanılabilmektedir (Atik-Gürbüz, 2019: 373).

### 1.1.3. Ekmek eşitleri

İnsanoğlu buğdayı ehlileştirdikten sonra ekmeğı sürekli olarak kullandığı temel besin maddelerinden biri haline getirmiştir. Bu süreçte buğdaydan elde ettiğı unu pek çok hamur içinde kullanmıştır. Söz konusu hamur işlerinin başında da ekmek gelmektedir. Ekmeğın bol miktarda tüketilmesi çeşitlilik anlamında zenginlik kazanmasına olanak sağlamıştır (oşan & Seçim, 2020). Buğdaydan başka arpa, avdar, mısır, yulaf gibi tahıllar da ekmek üretiminde kullanılmaktadır. Bu tahıl cinslerinin tümü buğdaygiller familyasına giren bitkilerdir ve 400 cins ve çok sayıda tür ile dünyada ve Türkiye’de en fazla yetiştirilen bitkilerdir (Köksel & şanlıer, 2021). Ekmek, Türk Gıda Kodeksi Ekmek ve Ekmek eşitleri Tebliği’ne göre *“buğday ununa; su, tuz, maya, gerektiğinde şeker, enzimler, enzim kaynağı olarak malt unu, vital gluten ve izin verilen katkı maddeleri ilave edilip bu karışımın tekniğine uygun olarak yoğrulması, şekillendirilmesi, fermentasyona bırakılması ve pişirilmesi ile yapılan ürün”* şeklinde tanımlanmaktadır. Ekmek eşitleri ise söz konusu tanımda yer alan bileşenlere ilave olarak tahıl ürünleri ve çeşni maddelerinin eklenmesiyle üretilen ekmekleri belirtmektedir. Ekmek, Anadolu’da önemli bir yere sahiptir ve her yöre kendi coğrafyasıyla yakından ilgili ürünlerle hazırladığı ekmeklere sahiptir. Ekşi mayalı, patatesli, nohutlu, pide, lavaş, tandır ekmeğı gibi ekmekler örnek olarak gösterilebilir (Aydın & Yıldız, 2011; Ardıç-Yetiş, 2020). Ayrıca Türkiye’de coğrafi işaret ile tescillenmiş önemli sayıda ekmek bulunmaktadır ve söz konusu ekmekler Tablo 1’de yer almaktadır.

**Tablo 1. Coğrafi İşaret ile Tescillenmiş Ekmekler**

| Şehir          | Ekmeğin Adı                       | Tescil Tarihi | Şehir          | Ekmeğin Adı            | Tescil Tarihi |
|----------------|-----------------------------------|---------------|----------------|------------------------|---------------|
| Gümüşhane      | Gümüşhane Ekmeği                  | 2017          | Ordu           | Mesudiye Kuru Ekmeği   | 2022          |
| Gaziantep      | Antep Pidesi                      | 2017          | Erzurum        | Hasankale Lavaşı       | 2022          |
| Şanlıurfa      | Şanlıurfa Tırnaklı Pidesi         | 2018          | Bartın         | Bartın Çöven Ekmeği    | 2022          |
| Trabzon        | Vakfıkebir Ekmeği                 | 2018          | Aksaray        | Gelveri Ekmeği         | 2022          |
| Ankara         | Kızılcahamam Bazlaması            | 2018          | Gaziantep      | Antep Kübban Ekmeği    | 2022          |
| Afyonkarahisar | Afyonkarahisar Patatesli Ekmeği   | 2018          | Manisa         | Alaşehir Ekmeği        | 2022          |
| Rize           | Rize Baston Ekmek                 | 2019          | Afyonkarahisar | Afyonkarahisar Ak Pide | 2022          |
| Gümüşhane      | Kürtün Araköy Ekmeği              | 2019          | Malatya        | Malatya Yağlı Ekmeği   | 2022          |
| Giresun        | Çavuşlu Ekmeği                    | 2020          | Malatya        | Malatya Pidesi         | 2022          |
| Ankara         | Kalecik Ekmeği                    | 2020          | Malatya        | Polat Kınalı Ekmek     | 2023          |
| Bolu           | Bolu Patatesli Ekmeği             | 2020          | Malatya        | Malatya Ekşili Ekmek   | 2023          |
| Sivas          | Zara Sac Ekmeği                   | 2021          | Malatya        | Malatya Yufka Ekmeği   | 2023          |
| Tokat          | Tokat Ekmeği                      | 2021          | Konya          | Konya Tandır Ekmeği    | 2023          |
| Aydın          | Söke Tatlı Maya Ekmeği            | 2021          | Kütahya        | Emet Ekmeği            | 2023          |
| Ankara         | Mamak Kutludüğün Ekşi Maya Ekmeği | 2021          | Ankara         | Elmadağ Tandır Ekmeği  | 2023          |
| Malatya        | Malatya Tandır Ekmeği             | 2021          | Erzurum        | Erzurum Lavaş Ekmeği   | 2023          |
| Çankırı        | Şabanözü Bazlaması                | 2021          | İzmir          | Ödemiş Nohut Ekmeği    | 2023          |
| Mardin         | Midyat Tandır Ekmeği              | 2022          | Karaman        | Karaman Mayalı         | 2024          |

Tablo 1 incelendiğinde toplamda 36 adet coğrafi işaret ile tescillenmiş ekmek olduğu görülmektedir. İlk olarak 2017 yılında Gaziantep ve Gümüşhane illerindeki ekmekler tescil almış, 2021 yılıyla birlikte de tescil edilen ekmek sayısında artış yaşanmıştır.

#### 1.1.4. Anadolu'da Yapılan Bazı Ekmek Tariflerinin İncelenmesi

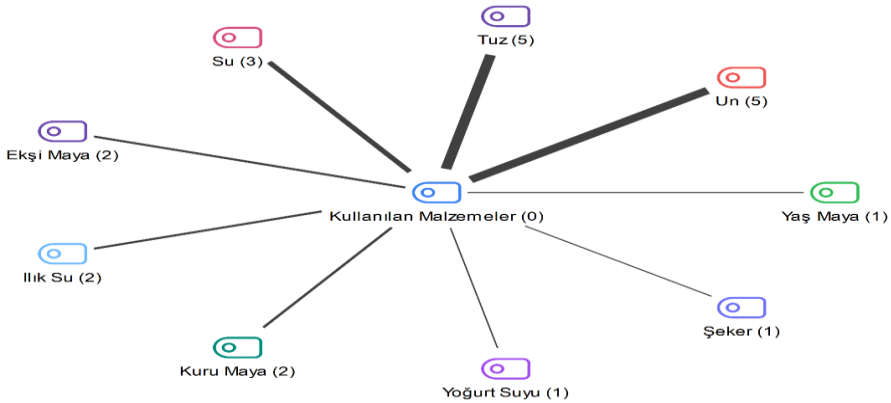
Kitap bölümünün bu kısmında Anadolu'da geleneksel yöntemlerle yapılan bazlama ve mısır ekmeğinin yapılış süreçleri incelenmiştir. Bu kapsamda verilerin toplanması için yarı yapılandırılmış mülakat formundan faydalanılmıştır. Söz konusu mülakat formu, konu ile ilgili daha önce yapılmış çalışmalar (Göde, 2017; Şen, 2018; Dündar-Arkan & Özkeşkek, 2019; Çoşan & Seçim, 2020; Erdem & Karakaya, 2020; Köksel & Şanlıer, 2021; Erdem & Gökmen, 2022)

incelenerek oluşturulmuştur. Daha sonra alanında uzman kişilerden görüş alınarak formun son hali verilmiştir. Veri toplama sürecinde de görüşme yapmayı kabul eden, geleneksel yöntemlerle söz konusu ekmekleri hazırlamayı bilen birer kişi anahtar kişi olarak belirlenmiş ve bu kişilerden yola çıkılarak zincirleme bir görüşme gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla kartopu örnekleme yönteminden faydalanılarak toplamda 24 kişi ile Aralık, 2023 ile Ocak, 2024 tarihleri arasında görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler yüz yüze ve telefon üzerinden görüntülü gerçekleştirilmiş ve ortalama 15-20 dakika sürmüştür. Ayrıca katılımcıların izinleri alınarak görüşmeler ses kaydı ve yazılı olarak kayıt altına alınmıştır. Elde edilen veriler, nitel araştırma yöntemlerinin analiz tekniklerinden biri olan içerik analizi ile analiz edilmiştir. Bu kapsamda toplanan verilerin, MAXQDA nitel veri analiz programı kullanılarak derinlemesine incelenmesi yapılmıştır. Ayrıca verilerin analiz sürecinde katılımcıların gizliliğini korumak adına katılımcılar için K1, K2, ... K5 şeklinde kodlar kullanılmıştır.

## 2. BULGULAR

### 2.1. Bazlamaya İlişkin Bulgular

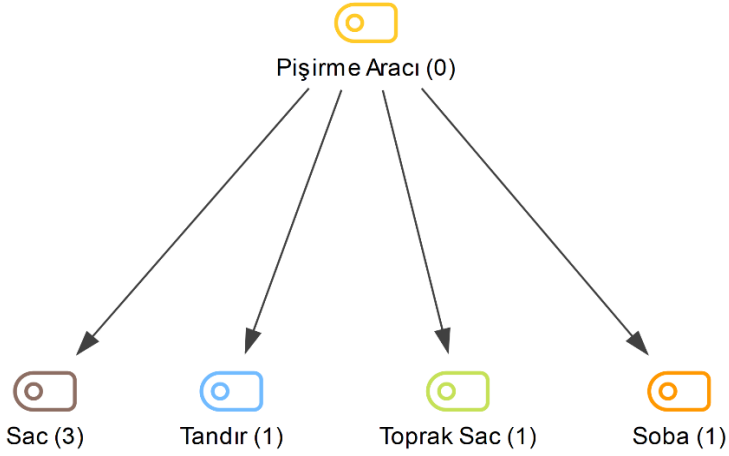
Katılımcılara ilk olarak bazlama ekmeği için kullandıkları malzemeler sorulmuştur ve verilen yanıtlar şekil 1’de yer almaktadır.



**şekil 1. Kullanılan Malzemeler**

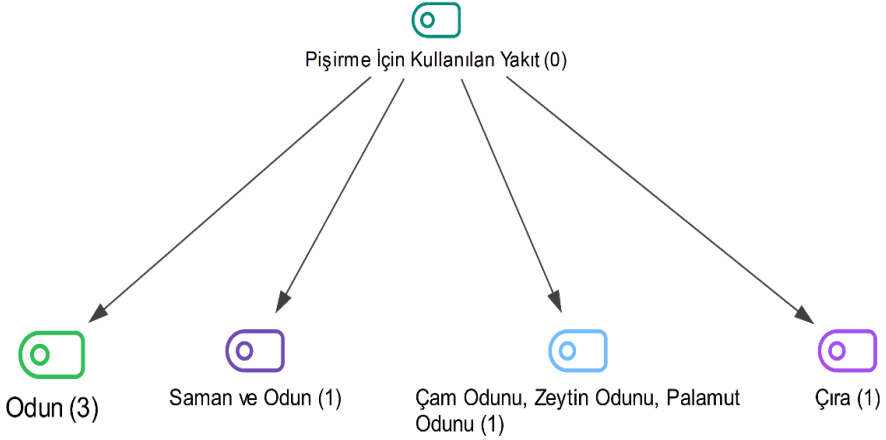
Şekil 1 incelendiğinde katılımcıların tamamının tuz, un, maya ve suyu kullandığı, yoğurt suyu ve şekeri ise sadece bir katılımcının kullandığı tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların maya tercihleri incelendiğinde de kuru maya, yaş maya ve ekşi maya kullandıkları görülmektedir. Bazlama ekmeğinin hamur yapım sürecinde ise katılımcılar bütün malzemeleri karıştırarak pürüzsüz bir hamur elde edinceye kadar hamuru yoğurduklarını belirtmişlerdir. Bu işlemde sadece hamurun bekletilme süresine ilişkin farklı cevaplar alınmıştır. Hamur, genellikle 1-2 saat bekletilirken, K3 kodlu katılımcı, *“Un akşamdan su ile katı bir hamur olacak şekilde yoğurulur ve sabaha kadar dışarıda üstü kapalı şekilde bekletilir. Sabah ekşimiş olması gereklidir. Ekşiyen bu hamur yoğururken maya olarak kullanılır ve üstü kapalı bir şekilde bir saat daha bekletilir.”* şeklinde ifade etmiştir.

Ekmeğin yapımında ve pişirilmesinde mayalanan hamur beze haline getirildikten sonra yaklaşık yarım saat bekletilmektedir. Daha sonra bezeler el yardımıyla açılarak pişirilmektedir. K1 kodlu katılımcı, *“Hamurdan demir kaşık yardımıyla bir parça alıyoruz. Unlanmış tahtanın üstünde elimizle yuvarlıyoruz beze haline getiriyoruz, bezeyi ters çevirip yere serdiğimiz örtünün üstüne koyuyoruz, hamur bitene kadar aynı işlemi tekrarlıyoruz. Pişirmek için yine aynı tahtanın üstüne un koyup hamuru tahtaya yerleştiriyoruz, elimizle bastırıp ters çeviriyoruz. Aynı şekilde öbür tarafını da bastırıyoruz. Sacın üstüne bezeyi koyuyoruz ve altlı üstlü çevirip kabarcıya kadar pişiriyoruz ve sacdan alıyoruz.”* şeklinde bazlamanın pişirilme sürecini belirtmiştir. Yanıtlar incelendiğinde katılımcıların tamamının oklava kullanmadığı, elleri ile şekil verdiği görülmektedir. Ayrıca katılımcıların kullandıkları pişirme araçlarına ilişkin yanıtlar Şekil 2’de yer almaktadır.



**Şekil 2. Pişirme Aracı**

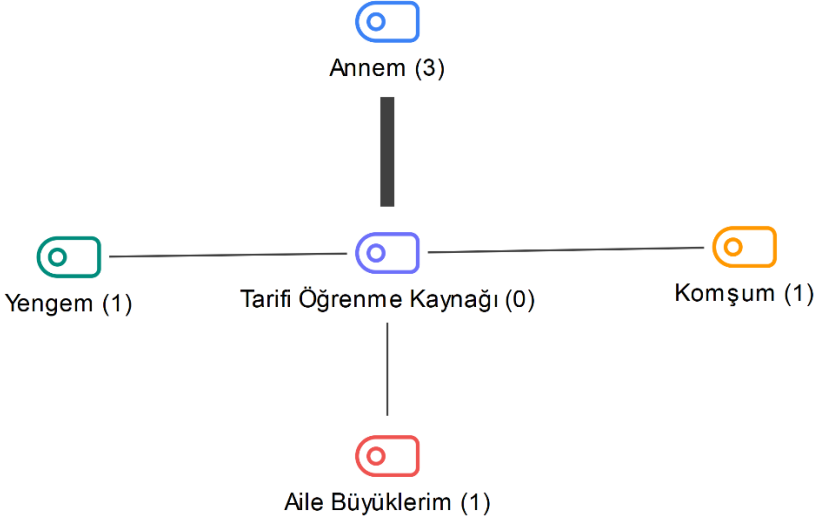
Şekil 2’de görüldüğü üzere katılımcılar bazlamayı pişirmek için daha çok sacı tercih etmekteledir. Bir katılımcı toprak sacda pişirdiklerini belirtirken soba ve tandırda da pişirme işlemini gerçekleştirdikleri görülmektedir. Ayrıca katılımcılara pişirme için kullandıkları yakacaklar sorulmuş ve yanıtları Şekil 3’de verilmiştir.



**Şekil 3. Pişirmek İçin Kullanılan Yakıt**

Şekil 3 incelendiğinde katılımcıların tamamının odun ateşinde bazlamayı pişirdikleri görülmektedir. K3 kodlu katılımcı, "Ateşi yakmak için çam odunu kullanılır. Ateşin

*alevinin canlı olması içinde yağlı zeytin odunu kullanılır. Yanan ateşin uzun süre devam etmesi için dayanıklı bir odun olan palamut odunu kullanılır.”* şeklide üç farklı odunu niçin kullandıkları hakkında bilgi vermiştir. Bazlamaların muhafaza edilmesine ilişkin ise katılımcılar pişirildikten hemen sonra soğumaya bıraktıklarını, daha sonra poşetleyip dolaba yerleştirdiklerini belirtmişlerdir. K5 kodlu katılımcı, “*Pişen bazlamalar yan yana birbirleriyle çok temas ettirmeden üstü örtülerek 2 saat soğumaya bırakılır. Daha sonra poşetlenir ve dolaba koyulur. 1 hafta boyunca küflenmeden durur. Dondurucuda 3-4 ay saklarız.*” şeklinde ifade etmiştir. Bazlama tarifini öğrenme kaynaklarına ilişkin verdikleri yanıtlar da Şekil 4’te yer almaktadır.

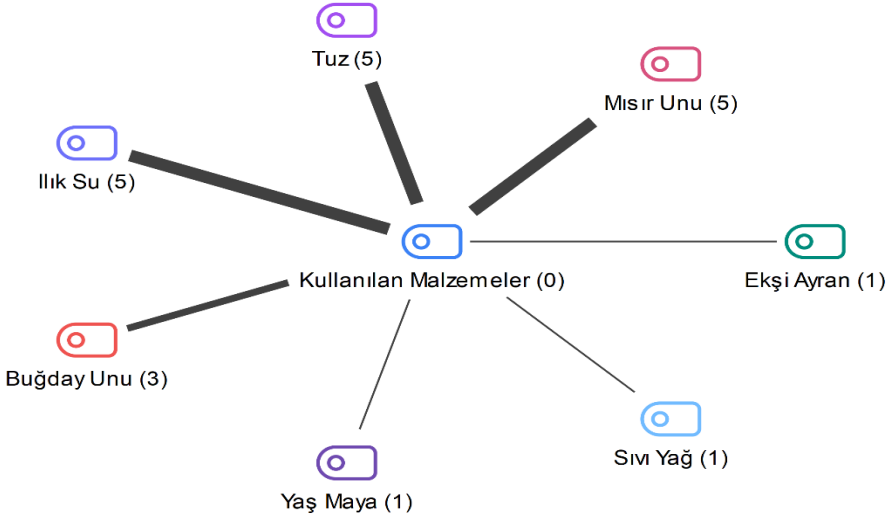


#### Şekil 4. Tarifi Öğrenme Kaynağı

Şekil 4’te yer alan yanıtlar incelendiğinde genel olarak ailede yer alan büyüklerden tarifi öğrenildiğini söylemek mümkündür. Bu kapsamda anne, komşu, yenge gibi aile büyükleri etkili olmaktadır. Katılımcılara son olarak bazlama ekmeği ile ilgili eklemek istedikleri bilgi olup olmadığı sorulmuştur. Bu soruya katılımcılar, hamurun çok sert olmaması gerektiği, sacın sıcak olması ve bazlama piştikten sonra soğuması için beklenmesi gerektiği yanıtını vermişlerdir.

## 2.2. Mısır Ekmeğine İlişkin Bulgular

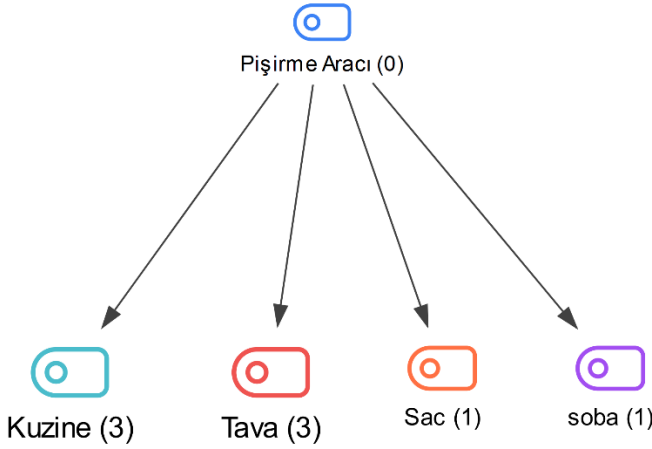
Katılımcılara ilk olarak mısır ekmeği için kullandıkları malzemeler sorulmuştur ve verilen yanıtlar şekil 5'te yer almaktadır.



**şekil 5. Kullanılan Malzemeler**

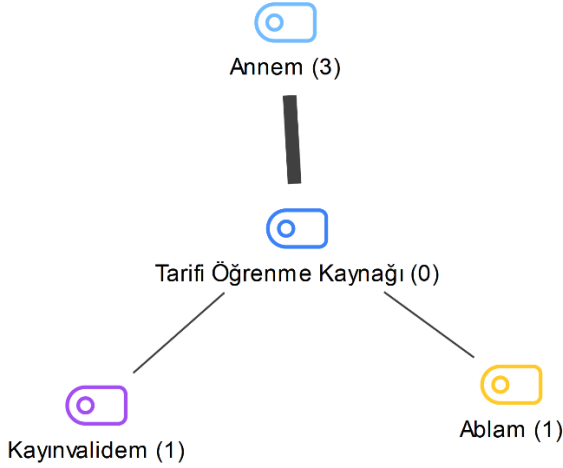
Katılımcı yanıtları incelendiğinde mısır ekmeğinin temel malzemeleri arasında mısır unu, tuz ve su yer aldığı belirlenmiştir. Ancak katılımcılar arasında söz konusu malzemeler dışında ekşi ayran ve yaş maya kullananların da olduğu grlmektedir. Mısır ekmeğinin hamur yapım süreci incelendiğinde ilk olarak mısır ununun elendiği, daha sonra tuz ve ılık suyla karıştırılarak hamurun elde edildiği tespit edilmiştir. K1 kodlu katılımcı, “*Elek yardımı ileelediğim mısır ununu bir kabin içerisine alıyorum. Tuzunu koyuyorum ve ılık suyu da ilave edip yoğuruyorum. Kıvamı ne çok katı ne de çok cıvık olmaması gerekir.*” şeklinde hamur elde etme sürecini ifade etmiştir. Elde edilen hamurun pişirilmesinde ise katılımcıların hamuru elleri ile şekillendirdikleri ve sonrasında pişirdikleri belirlenmiştir. Pişirme sürecinde katılımcıların tamamının az bir miktar yağ kullandıkları grlmştr. K2 kodlu katılımcı, “*Hamuru şekil alacak şekilde yoğurduktan sonra büyük yapıştırmayan tavaya orta büyüklükte yuvarlak*

olarak üç tane şekil veririm zaten tavam dolmuş olur. Yağını da döktükten sonra kızartırım. Önce bir yüzünü kızartırım daha sonra tava kapağıyla çevirip diğer yüzünü kızartırım. Her yüzünü pişirirken sıvı yağ kullanırım.” şeklinde tarif etmiştir. K3 ise “Önemli olan doğru ısıda pişirmek ekmeğimizi. Harlı ateşte hemen yüzeyi yanıp içerisi çiğ kalacaktır. Çok kısık ateşte kızarmayıp özelliğini kaybedecektir.” şeklinde pişirme sıcaklığını ifade etmiştir. Ayrıca mısır ekmeğini pişirirken kullanılan pişirme araçlarına ilişkin yanıtlar Şekil 6’da yer almaktadır.



**Şekil 6. Pişirme Aracı**

Şekil 6 incelendiğinde katılımcıların daha çok kuzine içerisinde ve tavada mısır ekmeklerini pişirdikleri görülmektedir. Bir katılımcı tandır ateşinin üzerinde sacda, bir katılımcı da soba üzerinde pişirdiklerini belirtmiştir. Mısır ekmeğinin muhafazasına ilişkin olarak oda sıcaklığında ortalama 2-3 gün saklanabileceği tespit edilmiştir. Ancak katılımcıların ihtiyaçlarına göre dondurucuda da bekletildiği görülmüştür. K5 kodlu katılımcı “Piştikten sonra birkaç saat içerisinde tüketilse daha iyi olur. Üstü bezle kapatıldıktan sonra, tezgahta 1-2 gün muhafaza edebiliriz.” şeklinde belirtmiştir. Mısır ekmeği tarifini öğrenme kaynaklarına ilişkin verilen yanıtlar da Şekil 7’de yer almaktadır.



### Şekil 7. Tarifi Öğrenme Kaynağı

Şekil 7’de yer alan yanıtlar incelendiğinde bazlama ekmeğindeki durumun söz konusu olduğunu söylemek mümkündür. Mısır ekmeğinde de aile büyükleri tarifi öğrenme konusunda etkili olmuştur. Katılımcılara son olarak mısır ekmeği ile ilgili eklemek istedikleri bilgi olup olmadığı sorulmuştur. Katılımcılar hamurun kıvamına, tazeliğine ve tüketilmesine ilişkin bilgiler vermişlerdir. Bu kapsamda bazı katılımcıların yanıtları aşağıda belirtildiği gibidir;

K2: “Yoğurduğumuz hamur ne çok sert ne de çok cıvık olmalı. Cıvık olan hamur pişirme esnasında sacın üzerinden kayıyor, sacın kenarlarından yere akıyor. Hamur koyu olursa da ekmek kalın ve sert oluyor. Hamurun kıvamı oldukça önemlidir.”

K4: “Mısır ekmeğinde: unumuzun kalitesi çok önemlidir. Taze kendi has koku ve rengi olmalıdır. Ekmeğinizi her öğün için taze pişirebilirsiniz. Saklanabiliyor fakat ilk lezzetini koruyamıyor. Karadeniz bölgesinde mısır ekmeği sofralarımızın vazgeçilmezidir. Sütün ve yoğurdun içine doğranarak yenilenebilir. Pırasa ve tereyağı ile kavurarak tüketebilirsiniz.”

### 3. SONUÇLAR, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Ekmeğin, dünyanın her yerinde üretilen yüzlerce sayıda çeşidi bulunmaktadır. Ekmek elde etmek için de temelde çoğunlukla buğday, mısır, arpa, çavdar gibi tahıllar tercih edilmektedir. Ayrıca ekmeğin birçok toplum için farklı anlamlara sahip olması onu değerli hale getirmektedir (Badem, 2021). Anadolu insanının vazgeçilmez besini olan ekmek, ulaşmanın kolay ve ucuz olması, besleyici olması gibi etkenlerden dolayı tarih boyunca günlük beslenmenin en önemli unsurlarından biri olmuştur (Demir & Girgin, 2021). Bu durumun Anadolu'da zengin bir ekmek kültürünün oluşmasını sağladığını söylemek mümkündür. Ancak Anadolu mutfağında geçmiş dönemlerde pişirme yöntemi, hazırlanışı, kullanılan maddesi, şekli açısından oldukça geniş bir çeşitliliğe sahip olan ekmeğin günümüzde daha az çeşitlilikte üretildiği görülmektedir (Dündar-Arıkan & Özkeşkek, 2019). Söz konusu ekmeklerin tariflerinin kayıt altına alınması ve yapımının devam ettirilmesi unutulmasının önüne geçilmesi konusunda oldukça önemlidir.

### 4. KAYNAKÇA

**Akın, G., Özkoçak, V. & Gültekin, T. (2015).** Geçmişten Günümüze Geleneksel Anadolu Mutfak Kültürünün Gelişimi. *Antropoloji*, 30, 33-52.

**Ardıç-Yetiş, Ş. (2020).** Türk Mutfak Kültüründe Bulgurun Yeri ve Önemi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 716-728.

**Arman, A. & Şahin Ören, T. (2020).** Anadolu Mutfak Kültürü'nün Unutulmaya Yüz Tutmuş Mısır Unu Bazlı Yemek Örnekleri. (Edt.: Küçüktıgılı M. S., Seçim Y., Adabalı M. M. & Yılmaz, M.). İçinde: *Anadolu Mutfak Kültüründen Esintiler*. ss.1-18. Konya: Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları.

**Atik-Gürbüz, İ. (2019).** Osmanlı Dönemi Metinlerinde Ekmek ve Ekmekle İlgili Anlam Çerçeveleri. *Akademik Dil ve Edebiyat Dergisi*, 3(4), 348-376.

**Aydın, F. & Yıldız, ř. (2011).** Sivas İlinde Ekmek Tüketim Alışkanlıkları ve Tüketici Dinamiklerinin Belirlenmesi. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 4(2), 165-180.

**Badem, A. (2021).** Ekmek ve Unlu Mamuller. Temel Mutfak Teknikleri ve Yönetimi. (Edt.: Geçgin, E. & Baltacı, M.). ss.265-285 Ankara: Detay Yayıncılık.

**Ceyhun Sezgin, A. & Bülbül, S. (2017).** Türk Sanatı ve Mutfak Kültüründe Buğday. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 10(54), 1080-1091.

**Çoşan, D. & Seçim, Y. (2020).** Karadeniz Bölgesinde Üretilen Bazı Ekmek Çeşitleri ve Standart Tariflerinin Belirlenmesi. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 8(Özel Sayı 4), 138-151.

**Demir, ř. & Girgin, G. K. (2021).** Türk Mutfak Kültüründe Ekmek. (Edt.: Küçüktıǵlı M. S., Seçim Y., Adabalı M. M. & Yılmaz, M.). İçinde: Anadolu Mutfak Kültüründen Esintiler. ss.199-215. Konya: Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları.

**Dündar-Arkan, A. & Özkeşkek, M. (2019).** Türk Mutfağında Geleneksel Ekmek Pişirme Yöntem, Araç ve Gereçlerinin Yaşatılması: Pileki Örneğı. Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi, 41, 52-61.

**Ekmek Sanatı. (2015).** Evde El Emeğı Ekmek Yapımı ve Teknikleri. <https://www.ekmeksanati.com/documents/home.html>, E.T.: 05.04.2024.

**Erdem, N. & Gökmen, S. (2022).** Zonguldak İli Çaycuma İlçesinin Geleneksel Cızlama Ekmeğı Üzerine Bir Araştırma. Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi, 38, 218-228.

**Erdem, N. & Karakaya, M. (2020).** Geleneksel Kapak Ekmeğı Üretimi. Journal of the Institute of Science and Technology, 10(4), 2565-2574.

**Göde, H. A. (2017).** Kültür Endüstrisine Örnek Olarak Isparta/Yalvaç Ekmek Kültürü ve Dünden Bugüne Mahalle Fırıncılığı. Folklor/Edebiyat, 23(91), 197-210.

**Güler, S. (2010).** Türk Mutfak Kültürü ve Yeme İçme Alışkanlıkları. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 26, 24-30.

**Karagöz, A. (2021).** Buğdayın Kökeni ve Yerel Buğdaylar. (Edt.: Köksel, H.). İzmir: Sidas Medya.

**Kızıldemir, Ö., Öztürk, E. & Sarıışık, M. (2014).** Türk Mutfak Kültürünün Tarihsel Gelişiminde Yaşanan Değişimler. AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14(3), 191-210.

**Köksel, H. & Şanlıer, N. (2021).** Geleneksel Ekmeklerimiz. Ankara: Ankara Büyükşehir Belediyesi Ankara Halk Ekmek ve Un Fabrikası A.Ş.

**Kuter, M. (2011).** İnsan ve Ekmek. Bursa: Bursa Ekmek Sanayi.

**Kuter, M. (2013).** Ekmeğin Tarihi. Standart Ekonomik ve Teknik Dergi, 52(615), 41-45.

**Maviş, F. (2003).** Endüstriyel Yiyecek Üretimi. Ankara: Detay Yayıncılık.

**Sarı Gök, H. & Ünüvar, Ş. (2020).** Antalya Yöresel Mutfağında Yörük ve Girit Yemek Kültürlerinin Etkilerinin Değerlendirilmesi. (Edt.: Küçüktığıl M. S., Seçim Y., Adabalı M. M. & Yılmaz, M.). İçinde: Anadolu Mutfak Kültüründen Esintiler. ss.363-74 Konya: Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları.

**Soğandereli, F. (2020).** Eski Mezopotamya ve Anadolu'da Mutfak Kültürü. Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi, 7(2), 1308-1342.

**Sürücüoğlu, M. S. & Özçelik, A. Ö. (2007).** Türk Mutfak ve Beslenme Kültürünün Tarihsel Gelişimi. Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi Kitabı, ss.10-15.

**Şahin, E. (2012).** Gerçek Ekmek ve Ekmekle İlgili Tüm Gerçekler. İstanbul: Hayykitap.

**Şahin-Ören, T., Arman, A. & Erdem, Ö. (2021).** Anadolu Mutfak Kültüründe Gastronomik Kimlik Unsuru Olarak

Bulgur ve Bulgur Yemekleri. Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 5(3), 1961-1981.

**şen, M. A. (2018).** Sanayi Kenti Gebze'den Geleneksel Bir Lezzet "Ekşi Mayalı Ekmek". Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 6(82), 338-351.

**Taşçı, R., Karabak, S., Bolat, M., Pehlivan, A., şanal, T., Acar, O., Külen, S., Güneş, E. & Albayrak, M. (2017).** Ankara İlinde Ekmek Fırınlarının Üretim Yapısı ve Ekmek İsrafı. Tarım Ekonomisi Araştırmaları Dergisi, 3(1), 1-16.

**Tepecik, A. & Gümüş, Ç. (2017)** Ekmek İsrafını Önleme Konulu Sosyal Sorumluluk Kampanyasına İlişkin Akademisyen, Uzman ve Öğrenci Görüşleri. Sanat ve Tasarım Dergisi, 19, 161-181.

**Ünver-Alçay, A., Yalçın, S., Bostan, K. & Dinçel, E. (2015).** Orta Asya'dan Anadolu'ya Kurutulmuş Gıdalar. Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi, 37, 83-93.

# **TURİZM VE DESTİNASYON ARAŞTIRMALARI**

**VII**

## **BÖLÜM X**

---



# **GASTRONOMİDE NİTELİKLİ KAHVENİN YERİ VE GASTRONOMİ ÖĞRENCİLERİNİN NİTELİKLİ KAHVE HAKKINDA GÖRÜŞLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ**

**Kübra TOPALOĞLU GÜNAN**

Öğretim Görevlisi, Maltepe Üniversitesi,  
kubratopaloglu@maltepe.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-9384-6862

**Tuğçe BOĞA**

Öğretim Görevlisi, Maltepe Üniversitesi,  
tugceboga@maltepe.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-2539-4176

**Seda ÇAKMAK KAVSARA**

Öğretim Görevlisi, Maltepe Üniversitesi,  
sedacakmak@maltepe.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-8854-359X

**İkbal Ertuğrul DİKEÇ**

Araştırma Görevlisi, Maltepe Üniversitesi,  
ikbaldihec@maltepe.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-3834-3378

## **1. GİRİŞ**

Kahve, ortaya çıktığı günden bu yana insanları bir araya getiren, sosyalleştiren bir içecek olmuştur. Yıllar geçtikçe kahve tüketiminin artması sonucunda yeni kahve hazırlama teknikleri geliştirilmiş, insanlar yeni ve farklı tat arayışlarına yönelmiştir. Gastronomi açısından bakıldığında da kahve, günümüzde hazırlanışı ve sunumuyla son derece ilgi gören bu içecektir. Gastronomi alanında yapılan çalışmalar genellikle yiyecekler ve yemek kültürü üzerine olurken, içecekler alanında yapılan çalışmalar kısıtlıdır. Özellikle tarihi, yemek

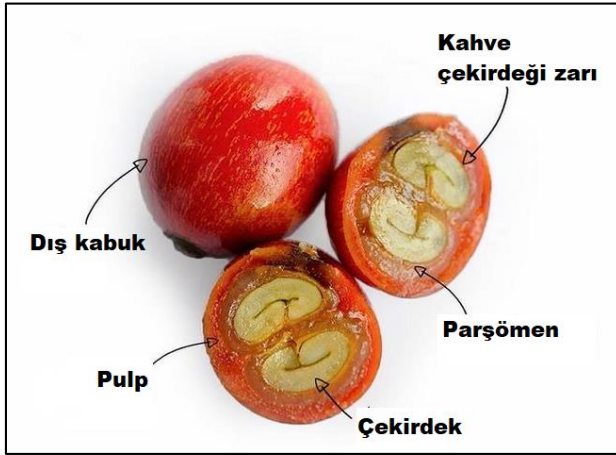
kültürümüz açısından çok eski olan kahvenin, yiyecek içecek sektöründe daha iyiye olan arayış trendinde gerilerde kaldığı grlmektedir. Bu nedenle iyi kahvenin gastronomi alanındaki yerini artırmak ve değerine dikkat çekmek önemli grlmektedir. Bu alışma, gastronomi ve mutfak sanatları eğitimine başlamış ve profesyonel mutfak deneyimi olmayan öğrencilerin, nitelikli kahve ile ilgili algı ve tutumlarını incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada iradi örneklem yöntemiyle seçilecek yirmi öğrenciye nitelikli kahve algılarını anlamaya yönelik sorular yöneltilecektir. rneklemde ğrencilerin on tanesinin bölümde verilen Kahve Bilimi ve Kültürü dersini alanlardan seçilmesi, diğer on tanesinin ise bu dersi almayan ve daha önce nitelikli kahve denemeyen öğrencilerden seçilmesi planlanmaktadır. Görüşmeler sonrasında her bir katılımcının yanıtları araştırma soruları çerçevesinde sınıflandırılarak transkript hle getirilecektir. Katılımcıların görüşlerine doğrudan alıntılarla bulgular ve yorumlar kısmında yer verilecektir. Böylece araştırmanın geçerlilik ve güvenilirlik düzeyi arttırılacaktır. Görüşme formunda yer alan sorular ile öğrencilerin nitelikli kahveye dair bilgi düzeyleri, algıları ve nitelikli kahve içmeye dair görüşleri sorgulanacaktır. Çalışma sonunda değerli bir içecek olan kahvenin geleceğın şefleri olacak gastronomi ğrencilerinin görüşlerine göre gastronomi dünyasındaki yeri belirlenecek ve buna göre iyi bir yemeğın ardından içilecek kahvenin de nitelikli kahve olması yolunda öğrencilerin bilinçlendirilmesi sağlanacaktır.

## 1.1. İlgili Alanyazın

### 1.1.1. Kahve Nedir?

Kahve bitkisi, *Rubiaceae* ailesinin *Coffee* cinsine aittir ve M.S. 700-800 yıllarında Etiyopya'da keşfedildiğı düşünülmektedir. Ekvator'un 23° 27' kuzey enlemi ile 23° 27' güney enlemi arasında bulunan kahve kemeri olarak isimlendirilen alanda yetiştirilmektedir (Asilsoy, 2021). Kahve bitkisi kumsu yamaçlarda, ılık ve nemli ortamlarda yetişmektedir. Kahve ağacı meyvelerinin çekirdeklerinden kahve ieceğı elde edilmektedir. Kahve ağacı meyvelerinin

ham haldeyken yeşil, olgunlaşması ile beraber sarı ve kırmızıya değiştiği bilinmektedir. Kiraza benzerliği sebebiyle de kahve ağacı meyvesine kahve kirazı da denilmektedir. Uluslararası kahve ticaretinde *Coffea arabica* (Arabica) ve *Coffea canephora* (Robusta) oldukça büyük bir öneme sahiptir. Dünyadaki kahve üretimini %98 oranında Arabica ve Robusta çekirdekleri oluşturmaktadır (Alves ve ark., 2017; Girginol, 2018; Boğa & Dertli, 2021). Çoğunlukla küçük ölçekli aile çiftliklerinde kahve yetiştiriciliği yapılmaktadır ancak Brezilya'da Cerrado Mineiro bölgesinde büyük ölçekli kahve çiftlikleri de bulunmaktadır. Üretim ve verimlilik açısından oldukça profesyonel bir yönetim biçimine sahiptir. Dünyada kahve tedariki, %70 oranında Brezilya, Vietnam, Kolombiya ve Endonezya'dan yapılmaktadır. Kahve, günümüzde yiyecek ve içecek alanının önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Kahve üretiminin yanı sıra, kahve ithalatı ve ihracatçısı ülkeler başta olmak üzere dünya genelinde kahve tüketimi de artış göstermiştir. Her geçen gün pek çok kahve dükkânı pazara eklenmektedir (Ünan ve ark., 2022; International Coffee Organization, 2023).



**Şekil 1. Kahve Meyvesi Kesiti**

**Kaynak:** Boğa & Dertli, (2021).

Kahve meyvesi dışarıdan içeriye doğru sert dış kabuk (perikarp), pulp tabaka (mezokarp), parşömen tabaka

(endokarp), kahve çekirdeği zarı ve eliptik formda iki çekirdekten oluşmaktadır. Kahve meyvesinden kahve çekirdeğinin elde edilmesi için şekil 1’de görüldüğü gibi beş koruyucu tabakanın ayrıştırılarak uzaklaştırılması gerekmektedir. Kahve türüne göre değişiklik gösterse de çekirdek bileşiminin yaklaşık olarak %50 polisakkarit, %13 protein, %12 yağ, %12 nem, %4 kül bulunmaktadır. Majör gıda bileşenlerinin yanı sıra kahve çekirdeklerinde çeşitli mineraller, kafein ve alifatik asitler de yer almaktadır (Alves ve ark., 2017)Bileşimindeki yüksek miktardaki lifler ve kafein gibi diğer bileşiklerle kahvenin antioksidan kapasitesinin yüksek olduğu bilinmektedir. Bu nedenle kalp sağlığına da olumlu etkileri olduğu düşünülmektedir. Ayrıca yüksek lif alımının kalp sağlığını olumlu yönde etkilediği ve diyabet, obezite, yüksek tansiyon gibi hastalıkları önemli ölçüde önlediği de bilinmektedir (Salazar-Lpez ve ark., 2020). Kahve kirazlarının tek tek toplanması veya dalı sıyırarak hasat edilmesiyle kahve işleme aşamaları başlamaktadır. Kahve kirazlarının kabuğu çıkarılmaktadır sonrasında kuru veya yaş fermentasyon işlemi uygulanmaktadır. Bu işlem tamamlandıktan sonra çekirdekler sınıflandırılmaktadır. Elde edilen çiğ kahve çekirdeklerinde, arzu edilen tat ve aromaların ortaya çıkması için kavurma işlemi uygulanmaktadır. Bu işlem tambur ısıtma sistemde veya hava ısıtma sistemde yapılabilir. Kavurma işlemi sonunda çekirdekler yapılacak olan kahveye uygun büyüklükte öğütülmektedir ve sonrasında demlenmektedir veya sıcak sudan geçirilerek suda çözünebilir bileşenlerin ekstraksiyonu sağlanarak hazır kahve üretiminde kullanılabilir (Martinez-Saez & Castillo, 2019; de Sousa e Silva ve ark., 2021).

### 1.1.2. Nitelikli Kahve

“Nitelikli kahve” terimi ilk defa Erna Knutsen tarafından 1974 yılında, kendi tedarik ettiği ve sattığı kahveler için kullanılmış; demleme kahvenin çözünebilir kahveyle aynı tatta olmasından sıkılan kahve tiryakilerinin daha iyi kahveye daha çok para vererek sahip olma istekleri fark edildiğinde önemi artan bir olguya dönüşmüştür (Ferguson, 2021). Bu noktada

nitelikli kahvenin yüksek kaliteye sahip olmasına ve apaçık biçimde farklılaşmış bir kahve dükkânı deneyimi sunmasına vurgu yapmak gerekmektedir (Carvalho ve ark., 2016). Nitelikli kahve kısaca; temizlik, tatlılık, gövde, asitlik, aroma gibi farklı duysal özelliklere sahip olan ve *The Specialty Coffee Association*'ın (SCA; Nitelikli Kahve Birliği) kalite ölçeğinde sertifikalı bir *Q-Grader* tarafından 80 veya daha yüksek puan alan kusurlardan arınmış çekirdekleri tanımlamaktadır. Ayrıca kahve çekirdeğinin üretiminin her aşamasında sertifikalı izlenebilirlik ve çevresel, ekonomik ve sosyal sürdürülebilirlik kriterlerine sahip olması gerekmektedir (SCA, 2003). SCA'nın "nitelikli kahve" tanımlaması; kahve çiftçisi, yeşil kahve çekirdeği alıcısı, kahve kavurucusu, barista ve son olarak tüketiciyi kapsamaktadır. Özel olarak seçilmiş rakım ve iklimlerde yetiştirilen ve ilk hasattan önce özenle bakımı yapılan kahveyi yetiştiren kahve çiftçisi, en kaliteli ve mükemmel kahveye ulaşmayı ilke edinmektedir. Nicelikten ziyade niteliğin önemli olduğu bu süreçte üretici, meyvenin hatasız olmasına ve en olgun zamanında toplanmasını öncelikler. Bu süreçlerin sonunda yeşil çekirdeklerin kaliteye önem veren alıcılara aktarılmasında bağlantı kurma rolünü de üretici üstlenmiş olur. Yeşil kahve alıcılarının ise; bir somölye (*sommelier*) kadar seçkin bir damak tadına sahip olmaları, demlemelerin sistematik tadımı (*cupping*) yoluyla kahveye dair kalite özelliklerini net şekilde belirleyebilir olmaları beklenmektedir. Cupping sonrasında kahvenin nitelikli olup olmadığının tespiti, kahve skorunun ve tadım notlarının belirlenmesi işlemleri gerçekleştirilir. Kahve alıcısının kavuruculara ve kafe personellerine aktaracağı bilgiler de tüm bu çerçevede önem kazanmaktadır. Yeşil çekirdekler bir sonraki aşamada sertifikalı kavuruculara aktarılmaktadır. Kavurucular kahveyi en yüksek kalite ve lezzet standartlarına ulaştırmak için termodinamik ve kahve kimyasından faydalanırlar. Ardından baristaların önüne gelen kahveler, eğitilmiş baristalarca kahvenin kökeni ve lezzet profili gözetilerek farklı yöntemlerle demlenir. Baristaların demlemedeki yetkinlikleri nitelikli kahveyi gerçek potansiyeline ulaştırması açısından önemlidir. Nitelikli kahvenin son

halkasını tüketiciler oluşturmaktadır. SCA'nın ifadesiyle daha yüksek bir lezzet kalitesine ulaşmayı hedefleyen ve bu yolda çaba gösteren tüketiciler de nitelikli kahve çekirdeğinin yaşam döngüsünde önemli bir konumdadır (SCA, 2024).

### 1.1.3. Nitelikli Kahvenin Gastronomideki Yeri

Nitelikli kahve olgusunun ortaya çıkışının çok eskiye dayanmadığı düşünöldüğünde gastronomi literatüründe nitelikli kahveye ilişkin merakın taze olduğu söylenebilecektir.

Kahveden alınan aroma ve tatların farklılaşmasında çekirdeğin varyetesi, yetiştiğı bölge, işleme metodu, kavrulma profili, tazeliğı gibi birçok etmenden söz etmek mümkündür. Nitelikli kahvenin duyuşal testler sonucunda şarap kadar kompleks ve geniş yelpazede aroma ve tatlara sahip olduğunun tespit edilmiş olması gastronomik açıdan taşıdığı değeri ortaya koymak adına önemlidir (Raihanur Azizah ve ark., 2024). Bu bağlamda farklı demleme yöntemlerinin tatlılık, asidite, gövde, lezzet ve ağızda kalan tat gibi kriterlerde farklılıklara yol açtığı da yapılan çalışmalarda tespit edilmiştir (Fadhil ve ark., 2021; Sulaiman ve ark., 2023). Bu geniş tat ve aroma yelpazesine rağmen (Şekil 2), kahvenin lüks yemek (*fine dining*) sınıfında yer alan restoranlarda yemek eşlikçisi olarak sunulmasına rastlamak pek mümkün değildir. Kahve-yemek eşleşmesine yönelik gerçekleştirilen bir çalışmada, katılımcılar dört farklı karakterde kahvenin yanında tatlı ve tuzlu yiyecekleri denemiş ve beğenileri ölçölmüştür. Bazı kahvelerin tatlı, bazı kahvelerin tuzlu yiyeceklerle daha yüksek beğeniye ulaştığı; bazı kahvelerin ise tek başına servis edilmesi gerektiğı sonucuna ulaşılmıştır. Dikkate değeri ortak nokta ise tüketicilerin “ekşi” olarak tanımladıkları kahveleri önemli ölçüde daha az sevmeleridir (Rune ve ark., 2022).

Nitelikli kahvenin tüketiciler açısından karşılığını incelemek adına sektör çalışanlarıyla yapılan görüşmelerde, tüketicilerin nitelikli kahveye ilgilerinin arttığı tespit edilse de baristalar perspektifinde tüketicilerin üçüncü nesil kahve kültürüne hâkimiyetlerinin zayıf olduğu belirtilmiştir (Ünan Göktan & Uslu, 2022). Bir başka çalışmada kahve satın almaktan keyif alan tüketicilerin, nitelikli kahve ve espresso

tercihlerinde daha düşük cupping puanlı bir çekirdek karışımı yerine daha “asidik” karaktere sahip ve daha yüksek cupping puanlı tek yöre (*single origin*) Kolombiya kahvesini tercih ettikleri ortaya konmuştur (Mitas ve ark., 2024). Klasikleşen ve standartlaşan kahve demlemeleri haricinde, güncelde yaratıcı kahve demleme uygulamalarına da rastlamak mümkündür. Yaratıcılık, uyum, lezzet ve sürdürülebilirlik gibi ölçütler esas alınarak hazırlanan bir çalışmada, demleyici ve filtre yerine oyulmuş pomelo meyvesi kabuğu kullanılmıştır (Lee, 2021). Özellikle sosyal medya platformlarında yer alan ve baristalarca uygulanan portakal kesitinin üzerinden bardağa dökülen espresso demlemeleri de bu bağlamda benzer bir dinamiğe sahiptir.



**Şekil 2. Kahve Tadımcısının Lezzet Çarkı**

**Kaynak:** SCA & WCR, (2016).

Kahvenin turizm açısından değerine de bu noktada değinmek gerekmektedir. Kahve turizmi 1990'ların sonlarında şekillenmiş; sosyal ekonominin, iletişim ve ulaşım

teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte müşterilerin kahveye ve diğeri özel ilgi alanlarına olan talebi doğrultusunda mikro ve niş bir kahve pazarı doğmuştur. Kahve tarımı yapılan birçok bölgede kahvenin nasıl yetiştirildiğı, toplandığı ve işlendiğı hakkında daha fazla bilgi edinmek isteyen ziyaretçiler için turlar ve tadımlar düzenlenmektedir. Bu turlar kahve severler için çekici değere sahipken ve normal koşullarda turistler için pek cazip görülmeyen bölgelerin turizminin desteklenmesine yardımcı olabilecektir. Bunun dışında, nitelikli kahve dükkanları ve restoranlar, kendi başlarına popüler destinasyonlar haline gelerek hem yerli halkın hem de turistlerin ilgisini çekme potansiyeli taşımaktadır. Kahvenin yerel yiyeceklerle eşleştirilerek, bir destinasyonu diğeriğerlerinden farklılaştırabilecek benzersiz tat deneyimleri yaratmaya elverişli olduğu düşünülmektedir. Aynı zamanda nitelikli kahvenin değeri bir ekonomik itici güç olması, istihdam yaratması, yerel işletmeleri destekleyerek ekonomik kalkınma sağlaması da potansiyel faydaları arasındadır. Ayrıca kahve turizminin “kahve spası” ve “kahveye dalma” gibi yenilikçi türleriyle de yerel ekonomik ve kültürel kalkınmayı etkili bir şekilde arttırdığı saptanmıştır (Maspul, 2023; Pan, 2023).

## 2. YÖNTEM

Bu çalışmada Maltepe Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü öğrencilerinin nitelikli kahveye olan algı ve tutumlarının incelenmesi planlanmıştır. Buna göre şu sorulara yanıt aranacaktır:

- Gastronomi öğrencilerinin kahve hakkındaki genel tutumları nedir?
- Gastronomi öğrencilerinin nitelikli kahve hakkındaki bilgi düzeyleri nedir?
- Gastronomi öğrencilerinin nitelikli kahve tüketimi hakkındaki görüşleri nedir?
- Gastronomi öğrencilerinin nitelikli kahveye dair fiyat algıları nasıldır?

Çalışmada, iradi örnekleme yöntemi kapsamında Maltepe Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü öğrencileri arasından toplam 20 öğrenciyle görüşülmüştür. Derinlemesine görüşme yapılan nitel veri toplama çalışmalarında örneklem büyüklüğünün en az 15 olması önerilmektedir. Öğrencilerin onu bölümde verilen Kahve Bilimi ve Kültürü dersini alan öğrencilerden seçilmiş, diğer onu ise bu dersi almayan ve daha önce nitelikli kahve denemeyen öğrencilerden seçilmiştir. Böylelikle nitelikli kahve hakkında bilgi düzeyinin yanı sıra Kahve Bilimi ve Kültürü dersinin katkısı da incelenmiş olacaktır. Literatürden yararlanarak oluşturulmuş yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla veriler toplanmıştır. Araştırmada katılımcılara nitelikli kahveye dair bilgileri, tutumları, nitelikli kahve içme deneyimleri ve nitelikli kahveden beklentileri konusunda 12 adet açık uçlu soru yöneltilmiştir. Görüşmeler, araştırmacılar tarafından tamamı gönüllülük esasına dayalı olarak yüz yüze gerçekleştirilmiştir ve katılımcıların izni ile ses kaydıyla kayıt altına alınmıştır. Veriler, betimsel analiz yöntemi ile analiz edilmiş ve yorumlanmıştır. Bu yöntemde, elde edilen veriler belirli temalar altında sınıflandırılır ve yorumlanır. Betimsel analiz yönteminde cevaplayıcının bakış açısını etkili olarak verebilmek için doğrudan alıntılara yer verilmektedir. Betimsel analiz yönteminde dört aşama bulunur, buna göre; analizin çerçevesi belirlenir ve veriler belirlenen çerçevede işlenir, ardından veriler yalın bir dille aktarılır ve son aşamada yorumlanarak ilişkilendirme ve anlamlandırma sağlanır (Özdemir, 2010).

### **3. BULGULAR**

Katılımcıların görüşleri, gizlilik esasına dayanılarak, isimleri verilmeden kodlanarak aktarılmıştır. Buna göre katılımcılar için “K” olarak kodlanmış ve her katılımcıya kodunun yanında “K1, K2, K3, K4 ve K5, ...” şeklinde numaralar verilmiştir. K1-K10 Kahve Bilimi dersi alan öğrencileri tanımlarken K11-K20 bu dersi almayan öğrencileri tanımlamaktadır. Araştırmanın bu bölümünde, görüşme

formunda yer alan sorular alt problemlere göre gruplanmış ve bulgular sunulmuştur.

### **3.1. Tema 1: Gastronomi  ğrencilerinin Kahve Hakkındaki Genel Tutumları**

Bu tema altında aşağıdaki alt temalar oluşturulmuş betimsel analizleri ve içerik analizleri yapılmıştır.

#### **➤ Kahve   me Nedenleri**

Akbaba & Gökkaya (2023) tüketicilerin yeni nesil kahve işletmelerini tercihlerini araştırdıkları çalışmada katılımcıların işletmelere arkadaşlarıyla vakit geçirmek ve sosyalleşmek için haftada en az bir kere gittikleri bulunmuştur. Yüksel ve arkadaşları, tüketicilerin kahve tüketimlerini özellikle sohbet ortamlarında gerçekleştirdikleri ve kahve tüketim nedenlerinin sosyalleşmek olduğunu vurgulamışlardır (Yüksel ve ark., 2022). Çalışmanın sonuçları mevcut araştırmalar ile benzerlik göstermektedir.    nc  nesil kahve işletmeleri üzerine gerçekleştirilen bir başka çalışmada, kahvenin statü belirleyici bir unsura dönüşmesiyle birlikte üçüncü nesil kahve mekanlarında yaşanan aidiyet duygusunun, sınıf farklılıklarını vurgulayan bir ayırma mekanizması olarak işlev gördüğü saptanmıştır (Türkyılmaz, 2020).

#### **➤ Kahve   me Sıklığı**

Kahve   me sıklığının araştırma amacı ile gastronomi  ğrencilerine “Ne sıklıkla kahve   ersiniz?” sorusu y nelti miş öğrencilerin verdikleri cevaplar analiz edildiğinde öğrencilerin 12 tanesi “her gün, hemen hemen her gün, haftada 5-6 kez” cevaplarını vermişlerdir. Kahve dersini alan öğrencilerin büyük  oğunluğ  bu soruya “her gün” cevabını verirken dersi almayan öğrencilerin kahveyi sık tüketmedikleri bir içecek olarak tanımladıkları g r lm şt r. Katılımcılardan biri, tüketim sıklığı konusunda “*Her gün kahve   erim ve çok severim.  ay mı kahve mi deseler, tabii ki kahveyi seçerim*” (K14) şeklinde görüşünü belirtirken diğer bir katılımcı “*Nerdeyse her gün, genelde 1 bardak sabah ve akşamları da 1 fincan Türk kahvesi   iyorum*” (K7) şeklinde görüşü belirtmiştir. Tablo 1’de

öğrencilerin kahve içme sıklığına verdikleri cevaplar gösterilmiştir.

Öğrencilerin kahve ile ilgili tutumlarını belirleyen öğelerden biri de kahve içme sebepleridir. Sorulara verilen yanıtlar incelendiğinde öğrencilerin kahve içme nedeni olarak sırasıyla en çok arkadaş ortamı ve sosyalleşme, kafein almak, keyif, uyanık kalma, enerji vermesi, odaklanma sağlaması ve uyanık kalma temaları ortaya çıkmıştır. İçerik analizinde elde edilen bu veriler tekrar eden kelimelerin sıklığına göre kelime bulutu ile Şekil 3'te gösterilmiştir.

**Tablo 1. Kahve Bilimi Dersi Alan ve Almayan Gastronomi Öğrencilerinin Kahve Tüketim Sıklığı**

|                               | Tüketimi Az Olanlar               | Tüketimi Sık Olanlar   |
|-------------------------------|-----------------------------------|------------------------|
| Kahve Bilimi Dersi Alanlar    | Ayda 1 kere belki                 | Her gün 1 fincan       |
|                               | Ayda belki 1-2 kere               | Hemen hemen her gün    |
| Kahve Bilimi Dersi Almayanlar | Haftada 1-2 gün                   | Nerdeyse her gün       |
|                               |                                   | Her gün 2-3 kez        |
| Kahve Bilimi Dersi Almayanlar |                                   | Nerdeyse her gün       |
|                               |                                   | Her gün ve günde 2 kez |
| Kahve Bilimi Dersi Almayanlar |                                   | Haftada 5-6 kez        |
|                               | Haftada 1 veya 2 kere             | Günde 2 bardak         |
| Kahve Bilimi Dersi Almayanlar | Haftada 1-2 kez                   | Her sabah              |
|                               | Haftada bir belki iki haftada bir | Her gün                |
| Kahve Bilimi Dersi Almayanlar | Haftada 2-3 kez                   | Haftada 6-7 kez        |
|                               |                                   | İki günde bir          |

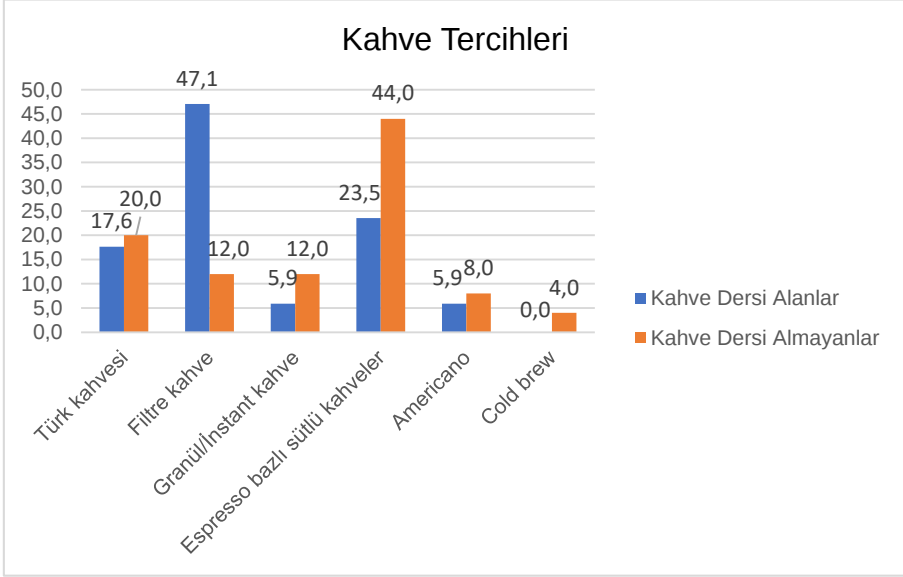
Katılımcılar tüketim amacını kafein ve spor için “*Ben kahveyi genelde spor için kullanıyorum, daha çok kafein odaklı tüketiyorum.*” (K3) ve “*Kahveyi çok tüketiyorum, genellikle sabahları ve spor öncesi içiyorum.*” (K15) şeklinde belirtmiştir. Özellikle sık kahve tüketmeyen öğrencilerin yanıtları analiz edildiğinde kahve içme sebebi olarak odaklanmak ve uykunun açılması ve en fazla sosyalleşmek yanıtlarını yoğun olarak verdiği görülmüştür. “*Kahveyi genelde çok yorgun olduğumda ayılmak için tüketirim. Kahveyi kafein için tüketirim ya da uzun yolculuklarda dikkatimi toplamak için tüketirim ya da keyif için bir yere oturduğumuzda arkadaşım kahve içerken ben de içiyim diye tüketirim. Bunun haricinde çok tükettiği bir içecek değil. Bazen haftada 1-2 içerim bazen ay boyunca bile içmediğim oluyor. Daha çok sosyalleşmek için tüketiyorum.*” (K16)



*“Kahveyi sade olarak içtiğimde çok acı geliyor, içilebilir bir şey gibi gelmiyor. O yüzden şekerli kahveler içiyorum; örneğin latte, karamel şurubu da oluyor içinde.”* şeklinde belirtirken; K18 kodlu öğrenci ise *“Kahvede tatlı tadını arıyorum, acı olmaması gerekiyor benim için. Kahve tadının çok yoğun olmaması gerekiyor. Sade kahve içmeyi sevmiyorum, süt olması gerekiyor, filtre kahve, Americano gibi kahveleri içiyorum.”* ifadeleri ile kahve tercihini belirtmiştir.

Kahveyi sütlü veya şekerli/şuruplu tercih etme nedenleri incelendiğinde genellikle kahvenin acı tadını sevmeme, acı tadı azaltma, kahvenin acı tadını süt ile yumuşatma, şekerli tadı arama ve aromalı kahvelerin lezzetleri beğenme olduğu görülmüştür. Bu durumu K10 kodlu katılımcı *“Sütlü içtiğim için kahve acılığını elemiş oluyorum zaten. Ayrıca karamel tercih ediyorum, daha çok aromalı kahveler içiyorum.”* şeklinde açıklarken, K11 kodlu katılımcı *“Kahvenin biraz acı bir tadı vardır ya, ben genelde o tadı süt ve şekerle birlikte seviyorum.”* şeklinde ifade etmiştir.

Öğrencilerin tercih ettikleri kahve çeşitlerine bakıldığında en sık verilen cevaplar filtre kahve, Türk kahvesi, espresso bazlı kahveler (Caffe latte, white mocha, vb.) olduğu görülmüştür. Bunun yanı sıra çalışmaya katılan öğrencilerden Kahve Bilimi dersini alanların çoğunlukla filtre kahveyi (%47,1), dersi almayanların ise sütlü ve şekerli espresso bazlı kahveleri (%44) tercih ettiğini, öğrencilerin Türk kahvesi tercihlerinin ise benzer olduğunu söylemek mümkündür. Kahve tercihlerinin dağılımı Şekil 4’te gösterilmiştir.



**Şekil 4. Kahve Bilimi Alan ve Almayan Gastronomi Öğrencilerinin Kahve Tercihleri**

Yüksel ve arkadaşları (2022), katılımcıların tükettikleri ürünlerle ilgili ise en çok Türk kahvesi ve filtre kahve tükettikleri sonucuna ulaşmışlardır. Sonbay (2021) tarafından yapılan araştırmada, X, Y ve Z kuşaklarının kahve tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi ve kuşaklar arası tüketim ilişkilerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre, katılımcıların %54,8'inin Türk kahvesini tercih ettiği görülmüştür. Ayrıca tercih edilen kahve türleri arasında en çok tercih edilen kahve türünün Türk Kahvesi olduğu, ikinci sırada filtre kahve ve üçüncü sırada ise granül/instant kahve olduğu ifade edilmektedir. Bu çalışmada ise Türk kahvesi tercihinin Z kuşağında %17 ile %20 arasında değiştiği tespit edilmiştir. Diğer kahve tercihleri, çalışmamızda farklılık göstermiş olup; Kahve Bilimi dersi alan öğrencilerin en çok tercih ettikleri kahve çeşidinin sırasıyla filtre kahve, espresso bazlı sütü kahveler ve Türk kahvesi olduğu, dersi almayan öğrencilerin tercihlerinin en çok sırasıyla espresso bazlı sütü kahveler, Türk kahvesi ve filtre kahve ile granül/insant kahveler olduğu belirlenmiştir.

## ➤ Kahve İçilen İşletme ve İçeceği Seçerken Dikkat Edilenler

Öğrencilerin kahve içtikleri işletmeyi ve içecekleri kahveyi seçme tutumları keşfedilmeye çalışılmıştır. Bunun için öğrencilere “Genellikle ne tür işletmelerde kahve içersiniz?” ve “Kahve alırken ne tür özelliklere dikkat edersiniz?” soruları yöneltilmiştir. İşletme seçimine yönelik yanıtlar analiz edildiğine çalışmaya katılan öğrencilerin verdikleri cevaplarda Kahve Bilimi dersi alma ve almama durumlarına göre farklılıklar olduğunu söylemek mümkündür. Dersi almayan öğrenciler işletme tercihlerini sıklıkla zincir kahve işletmeleri ve kafelerden yana kullanırken, işletmeyi tercih etme nedenleri olarak sıklıkla, arkadaşlarıyla rahat oturacakları bir mekân olması, bulundukları yere yakınlık, daha önceden bildikleri yerler olması, tatlı menüsü ve uygun fiyat cevaplarını vermişlerdir. Bu konuda K11, K12, K16, K18 ve K19 kodlu katılımcıların yanıtları şöyledir:

*“Kahve içtiğim mekânı kahveye göre değil de daha çok mekâna göre seçiyorum. Tatlılarına göre gidiyorum veya dışardan burası hoş bir mekân diyorum. Kahveyle ilgili çok bilgim olmadığı için genelde mekânına göre seçiyorum. Bazen arkadaşlarım buranın kahvesi güzel diyor, öylelikle gidiyorum.”* (K11)

*“Arkadaşlarımla veya ailemle dışarı çıktığım zaman genellikle tatlı ile beraber kahve tüketebileceğim yerlere gidiyorum. Pastane veya ‘bakery’ tarzı yerleri seçiyorum.”* (K12)

*“Genellikle kafelerde, kahve dükkânı zincirlerinde içiyorum, pahalı gelen yerlerde pek içmiyorum.”* (K16)

*“Genellikle evimin yakınındaki bilindik yerlerde kahve içiyorum.”* (K18)

*“Genellikle kafelerde kahve içiyorum. Arkadaşlarımla buluşacağımız yerdeki en yakın kafeye gidiyoruz. Şurada bir kahve içiyim diye özel bir tercihim olmuyor.”* (K19)

Kahve Bilimi dersini alan öğrencilerin yanıtları incelendiğinde işletme tercihlerinde yine zincir işletmeler, uzun süre oturulabilecek yerler ve tatlı menüsünün olduğu işletmelerin tercih edildiği görülürken farklı olarak üçüncü nesil kahveciler, butik kahveciler, nitelikli kahve satan işletmelerin de yanıtlarda yer aldığı ortaya çıkmaktadır. Buradan hareketle dersi alan öğrencilerin işletme tercihlerinde daha bilinçli davranabildiğini söylemek mümkündür. Bu konuda K1, K4, K5, K7 ve K9 kodlu katılımcıların yanıtları sırasıyla şöyledir:

*“Özellikle nitelikli kahve satan yerlerde; mesela genellikle Kadıköy çevresindeki üçüncü nesil kahvecileri tercih ediyorum.”* (K1)

*“Ya uzun süre oturabileceğimiz zincir kahve işletmelerini tercih ediyorum ya da daha butik kahvecilere gidebiliyoruz. Yine rahat oturabileceğimiz, kahvenin yanında tatlı da yiyebileceğimiz, minik kafeler gibi.”* (K4)

*“Alışkın olduğum yerde içirim. Klasik kafe menüsü olan yerlere gitmek yerine butik kahvecilerde, üçüncü nesil kahvecilerde içmeye özen gösteriyorum. Ama zincir kahvecilere de gidiyorum tabi.”* (K5)

*“Günlük hayatta daha çok bilinen, herkesin gittiği yerlere, zincir kahve işletmeleri gibi yerlere gidiyorum ama bazen özel günlerde veya bir şeyler keşfetmek istediğimde değişik yerler deniyorum.”* (K7)

*“Dışarı çıktığımda zincir işletmelerden çok butik, daha sakın, insana huzur veren, arkadaşlarımla rahat oturabileceğim, kahvesini de tat olarak sevdiğim, güvendiğim yerlere gitmeye çalışıyorum.”* (K9)

Yapılan bir araştırmada, Z kuşağı bireylerinin kahve işletmelerinde hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyetinin tekrar satın alma niyetine etkileri incelenmiştir. Araştırma sonuçları, hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetini ve tekrar satın alma niyetini olumlu yönde etkilediğini, müşteri memnuniyetinin ise tekrar satın alma niyetini olumlu yönde etkilediğini ve hizmet kalitesi ile tekrar satın alma niyeti arasında aracılık rolü oynadığını göstermektedir (Çavuşgil & Erden Ayhün, 2021).

Başka bir çalışmada ise katılımcıların tüketim yeri olarak zincir işletmeleri tercih ettikleri ve işletme tercihlerinde sakinlik, ambiyans ve konfor faktörlerinin ön planda olduğu tespit edilmiştir (Yüksel ve ark., 2022). Bu çalışmada da katılımcıların kahve işletmesi tercihlerinde daha önce bildikleri ve memnun kaldıkları işletmeleri tercih ettikleri, kahve tüketim yeri olarak çoğunlukla zincir işletmeleri seçtikleri belirlenmiştir.

Öğrencilerin kahve alırken dikkat ettikleri özellikler keşfedilmeye çalışılmış ve bu noktada Kahve Bilimi dersi alan ve almayan öğrenciler arasında belirli farklar olduğu görülmüştür. Dersi almayan öğrencilerin kahveyi sadece ismine, şekerli/sütlü olup olmamasına göre seçtikleri, çoğunun kahveyi lezzetinden çok arkadaşlarıyla vakit geçirmek için tükettikleri ifade edilebilir. Bu konuda K13, K16, K18 ve K19 kodlu katılımcıların yanıtları şöyledir:

*“Hep aynı şeyi tükettiğim için aynı şeyi alırım, genellikle şekerli, kremalı kahveler içerim. Türk kahvesi alacaksam hep aynı markayı alırım. Farklı şeyler denemem. Dikkat ettiğim bir özellik yok” (K13)*

*“Hiçbir özelliğine bakmam, ucuz olması benim için yeterli. Dikkat ettiğim tek şey isim oluyor, daha önce duymadığıma bakıyorum, içeriğine hiç bakmam.” (K16)*

*“İçtiğim kahve sütlü ve şekerli olacak, başka bir kriterim yok.” (K18)*

*“Kahve alırken pek bir özelliğine dikkat etmiyorum. Genellikle acı olmayan, sütlü kahveleri tercih ediyorum. Çok tüketmediğim bir şey olduğu için tamamen mekânda oturmak üzerine kahve içiyorum.” (K19)*

Dersi alan öğrencilerin verdiği yanıtlar incelendiğinde ise etiket okuyarak çekirdek bilgisine sahip olmaya çalıştıkları, baristadan bilgi aldıkları, kahve çekirdeğinin kokusuna ve lezzetine odaklandıklarını görülmüştür. Kahve dersi alanın öğrencilerin kahve hakkında bilgi düzeylerinin artmasını sağladığını söylemek mümkündür. Bu konu ile ilgili K1, K2, K4, K7 kodlu katılımcıların görüşleri aşağıda verilmiştir:

*“...Gittiğim yerde kahveye dair bilgiler soruyorum, çok kavrulmuş olmasını istemem, acı olsun istemem. Bir de Kahve Bilimi dersi aldıktan sonra artık kahve paketin üstünü okuyup, nereden geldiğini bildiğim kahveleri seçmeye çalışıyorum.”* (K1)

*“Çekirdek ne kadar taze yani yeni mi kavrulmuş ona bakıyorum, aşırı kavrulmuş çekirdekleri almıyorum ve genellikle Orta Amerika çekirdeklerini tercih ediyorum. Afrika çekirdeklerini pek beğenmiyorum, tat profili pek bana hitap etmiyor.”* (K2)

*“Çok sert olmamasına dikkat ederim, baristaya danışırım ya da satış görevlisi kimse ona sorarım.”* (K4)

*“...Daha çok tadına bakıyorum, ekşi değil acıya yakın olmasına; mesela kakao, karamel tarzı tatlar hoşuma gidiyor, meyvemsi tatları çok sevmiyorum. Genelde Brezilya çekirdekleri oluyor onlar da. Kokusuna bakıyorum, paketin valfinden veya kavanozdaysa rica ediyorum, oradan kokluyorum.”* (K7)

Kahveden alınan tat ve aromaların neler olduğunu araştırmak için öğrencilere “Bir kahvede hangi temel tatları bulmayı beklersiniz?” sorusu yöneltilmiş ve yanıtlar incelenmiştir. Buna göre Kahve Bilimi dersi alan ve almayan öğrenciler arasında kahve tadını tanımlarken kullanılan kelimelerin farklılaştığı, dersi almayan öğrencilerin bu soruya daha çok şekerli ve sütlü tatlar olarak cevap verdikleri, ayrıca hemen her öğrencide kahvenin genel tadının acı olduğu bilgisinin olduğu görülmüştür. Kahve dersi almayan K12, K13, K14, K15, K19 kodlu öğrencilerin bu soruya yanıtları şu şekildedir:

*“Kahve acıdır genelde, bazen ekşiliği de oluyor. Ben o ekşi tadı çok sevemiyorum. Daha çok acı olan tatları arıyorum.”* (K12)

*“Kahve aromasının gelmesini isterim, şekerli içiyorsam şekerli tadın gelmesini isterim. İçinde ne şurubu varsa o aromanın gelmesini isterim. Su gibi bir kahve içmek istemem, süt varsa süütün tadını almak isterim.”* (K13)

*“Karamel, vanilya gibi tatları arıyorum şuruplu kahvelerde genelde. Çekirdekle ilgili bir ayrımım olmuyor.”* (K14)

*“Acı bir tat bekliyorum ama çok beklemiş bir kahvenin acılığı değil, acı tadı gelsin ama yanık bir tat değil, onu istemiyorum.”* (K15)

*“Kahveden bir tat almayı beklemiyorum, biraz tatlı bir tat arıyorum kahvenin acımtıraklığı hoşuma gitmiyor.”* (K19)

Dersi alan öğrenciler arasında kahve tadını acı olarak tanımlayanlar olsa da bunun yanı sıra tatlılık, ekşilik gibi tanımlamaların yapıldığı, kahve çekirdeği üzerinden aroma ve tat bilgisine sahip olduğu, kahve çekirdeğinin sahip olabileceği bitter, karamel, meyvemsi gibi tatların ifade edildiği tespit edilmiştir. K2, K3, K4, K5, K6, K10 kodlu öğrencilerin bu soruya yanıtları şu şekildedir:

*“Nitelikli kahvede daha meyvemsi ve çürük, fermente tatları seviyorum.”* (K2)

*“Ben daha çok bitter ve karamelize tatlar bulmayı bekliyorum. Şuruplu kahvelerde olan karamel aromasından bahsetmiyorum, kahvenin özünden gelen tattan bahsediyorum.”* (K3)

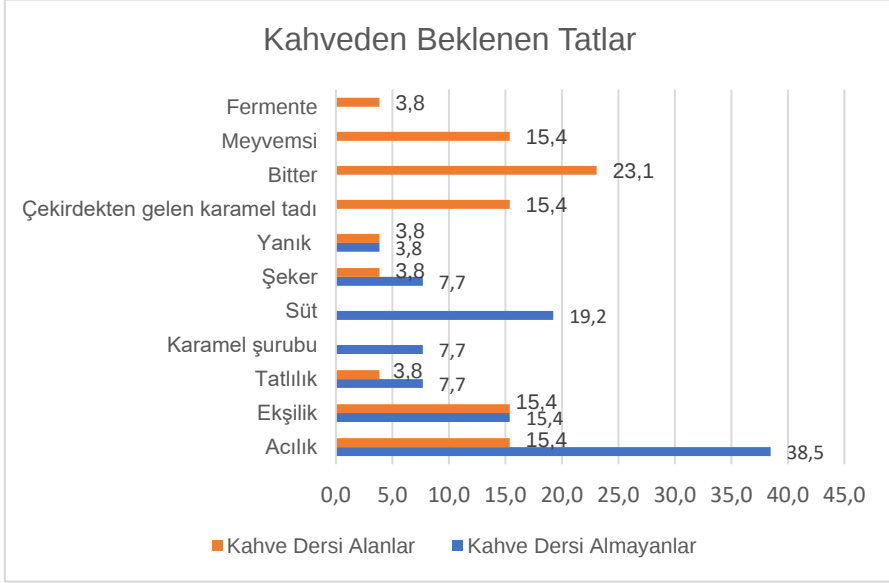
*“Mesela derste içtiğimiz kahvelerde meyvemsi olanlar hoşuma gitmişti. Kahve ekşi gelmediği, bitter olmadığı sürece filtre kahve içebilirim ama genellikle sütlü kahveleri tercih ediyorum.”* (K4)

*“Sert tatlar istiyorum, kahve tadı dediğimiz. Ardından herhangi bir ekşilik veya tatlılık gelen kahveleri çok sevmiyorum, daha bitter tatlar olan kahveleri tercih ediyorum.”* (K5)

*“Meyve aromalı olabilir, karamel çok severim. Doğal olarak çekirdekten gelen bu aromalar benim için çok iyi olur. Hafif tatları seviyorum zaten. Mesela bazı kahveler bana çok acı geliyor. Bitter olmayan kahveler benim için daha içimi kolay ve cazip. Meyve aroması da tatlı tatlı gelmeli, ekşilikten bahsetmiyorum.”* (K6)

*“Meyvemsi tatlar olabilir, karameli çok sevdiğim için kahvede de karamel tadı almak isterim. Doğal olarak karamel notaları hissettirebilecek çekirdekleri tatmayı severim.” (K10)*

Öğrenciler tarafından kahvede bulunması beklenen temel tatların verileri Şekil 5'te gösterilmiştir.



**Şekil 5. Kahveden Bulunması Beklenen Tatların Dağılımı**

### 3.2. Tema 2: Gastronomi Öğrencilerinin Nitelikli Kahve Hakkındaki Bilgi Düzeyleri

Gastronomi öğrencilerin nitelik kahve hakkında bilgi düzeylerini araştırmak için öğrencilere “Nitelikli kahvenin ne olduğunu biliyor musunuz?” sorusu yönetilmiş ve Tablo 2’de elde edilen veriler gösterilmiştir.

**Tablo 2. Öğrencilerin Nitelikli Kahveyi Bilme Durumları**

|          | K1  | K2  | K3  | K4  | K5  | K6  | K7  | K8  | K9  | K10 |
|----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Biliyor  | ✓   | ✓   | ✓   | ✓   | ✓   | ✓   | ✓   |     |     |     |
| Bilmiyor |     |     |     |     |     |     |     |     | ✓   | ✓   |
| Kararsız |     |     |     |     |     |     |     | ✓   |     |     |
|          | K11 | K12 | K13 | K14 | K15 | K16 | K17 | K18 | K19 | K20 |
| Biliyor  |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| Bilmiyor | ✓   | ✓   | ✓   | ✓   | ✓   | ✓   | ✓   | ✓   | ✓   | ✓   |
| Kararsız |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |

Verilen cevaplardan Kahve Bilimi dersini almayan öğrencilerin hepsinin nitelikli kahve hakkında bilgilerinin olmadığı görülmüştür. Katılımcılardan biri *“Tam olarak bilmiyorum. Ancak kaliteli kahve olarak biliyorum, çekirdeklerini taze ve iyi kavrulmuş olmasının kaliteli yaptığını düşünüyorum.”* (K5) şeklinde cevaplarırken, diğeri *“Bilmiyorum. Nitelikli deyince içinde olan şeylerin sağlık açısından faydalı olduğunu çağırıştırıyor bana.”* (K8) olarak yanıtlamıştır. Başka bir öğrenci ise *“Son zamanlarda duyuyorum ama tam olarak ne olduğunu bilmiyorum.”* (K7) demiştir. Böylece öğrencilerin nitelikli kahve hakkında bilgisi olmasa da nitelik kelimesinden yola çıkarak kalite ve sağlık kelimelerini çağırştırdıklarını söylemek mümkündür. Kahve dersini alan öğrenciler ise genel olarak nitelikli kahveyi bilmektedirler. K2 kodlu öğrenci nitelikli kahveyi *“Kahvenin paketini incelediğimde kahveyi yetiştiren çiftçiye kadar bilgi sahibi olabildiğim kahvedir”* olarak tanımlarken; K7 kodlu öğrenci *“Ders kapsamında gördüğümüz kadarıyla işlenirken en başından tüketiciye ulaşana kadar bütün sürecin hem izlenebilir olduğu hem belli kurallara uygun olan, nitelik açısından bekleneni veren kahveler, 80 puan üstünde puanlanan kahveler”* olarak tanımlamıştır. K9 ve K10 kodlu öğrenciler ise bilmediklerini ifade etmişlerdir. Kahve Bilimi dersi alan öğrencilerin nitelikli kahveyi ders kapsamında öğrendikleri düşünülmektedir.

### **3.3. Tema 3: Gastronomi Öğrencilerinin Nitelikli Kahve Tüketimi Hakkında Görüşleri**

Öğrencilere nitelikli kahve içme durumları sorulduğunda özellikle Kahve Bilimi dersi almayan öğrencilerin daha önce nitelikli kahve içmedikleri, dersi alan 10 öğrencinin 6'sının ise derste içilen nitelikli kahvelerin dışında nitelikli kahve tüketmediği belirlenmiştir. Öğrencilere yöneltilen *“Nitelikli kahve tüketiyor musunuz/tükettiniz mi?”* sorusuna, K7 kodlu katılımcı *“Bir yere gittiğimde nitelikli kahve olup olmadığını bilmeden gittiğim yerler oluyor. Tadından anlıyorsunuz gidince, zincir bir işletmeye gidince dümdüz bir kahve içiyorsunuz ama bir nitelikli kahveciye gidince değişik tatlar mutlaka geliyor. Aromaları daha çok hissedebiliyorsunuz.”* olarak yanıt

vermiştir. Dersi alan ve nitelikli kahve tüketen öğrencilere nitelikli kahve içme nedenleri sorulduğunda K1 kodlu öğrenci *“Başta tabi ki gastronomi öğrencisi olmam ve keşfetmek istemem. Yediğim ya da içtiğim bir şeyin iyi olmasına çalışıyorum. Kahveye olan merakım da etkili.”* şeklinde yanıtlarken; K2 kodlu öğrenci *“Mesela nitelikli kahvede farklı aromalar, ekşi tatlar, funky denilen ilginç tatları, meyvemsi tatları alabiliyorum ve ben bunları tatmayı daha çok seviyorum. Bunu ticari kahvecilerde bulmak mümkün olmuyor. Ayrıca gastronomi ile alakalıyım, farklı tatlar denemeyi, keşfetmeyi çok seviyorum. Kahvenin kalitelisine ulaştığınızda çok aromatikleşebilen, farklı tatlara ulaştığınız bir şey.”* olarak yanıtlamıştır. K8 kodlu katılımcı ise daha önce baristalık yaptığı için nitelikli kahve içtiğini şöyle ifade etmiştir: *“Ben normalde kahvelerin hepsine toz kahve olarak bakıyordum, hiçbir fikrim yoktu. Sonra mutfaktan sıkıldığım için baristalık yapmaya başladım. Baristalık yaptıktan sonra kahvenin kendi içinde çok fazla değışkeni olduğunu öğrendim. Mesela espresso bazlı kahvelerin birbirinden farkını, demlemenin çekirdek üzerindeki etkisini öğrendim ve ufkum açıldı. Bunu sevdim ve ilgim de arttı.”*

Daha önce nitelikli kahve denemeyen öğrencilere tüketme istekleri olup olmadığı sorulmuş ve öğrencilerin tamamının nitelikli kahve tüketme isteğı olduğu, yeni şeyler denemekten keyif aldıkları belirlenmiştir. Kahve sevmeyen öğrenciler, nitelikli kahve tüketimi konusunda önyargılı olsalar da nitelikli kahve tanımındaki sürdürülebilir, çevreci üretim ve yüksek puan gibi özellikler nedeniyle denemek istediklerini ifade etmiştir.

Nitelikli kahveyi bilen fakat nitelikli kahve tüketmeyen öğrencilerin neden tüketmedikleri sorulduğunda ise nitelikli kahve işletmelerindeki fiyatların zincir işletmelere göre çok daha fazla olduğunu ve nitelikli kahve içebilecekleri yerlere ulaşmanın zor olduğunu belirtmişlerdir. K3 kodlu katılımcı nitelikli kahve tüketmeme sebebini *“Dışarıda da ekonomik nedenler devreye giriyor, nitelikli kahve daha pahalı çünkü. Bir de nitelikli kahveciler yakınımda yok, ulaşılabilirlik açısından da*

*nitelikli kahve tüketemiyorum. Ama zincir kahveciler her yerde var.” şeklinde belirtirken; K5 kodlu öğrenci ise “Nitelikli kahveyi bulmak zor, çok fazla işletme yok. Her yerde yavaş yavaş açılmaya başladı ama mesela zincir kahveciler daha hızlı servis sunuyor, menüsü standart. Baristayla konuşmak, çekirdek seçmek, kahve seçmek bazen beni yoruyor, kimseyle konuşmayıp direkt bildiğim kahveyi alıp içebiliyorum. Fiyat konusunda da arada uçurumlar olabiliyor, arada 60-70 TL fark olabiliyor. Bu durumda değmez, gereği yok diyorum.” şeklinde ifade etmiştir.*

#### **3.4. Tema 4: Gastronomi Öğrencilerinin Nitelikli Kahveye Dair Fiyat Algıları**

Öğrencilere bir fincan filtre kahve ve bir fincan Türk kahvesi için ödeyebilecekleri fiyat düzeyi sorulduğunda ise filtre kahve söz konusu olduğunda içtikleri kahvenin nitelikli olup olmadığına göre ödeyebilecekleri fiyat düzeyi değişirken Türk kahvesi için böyle bir seçenek sunan öğrenci olmamıştır. Kahve Bilimi dersi alsalar bile öğrencilerin Türk kahvesinin de nitelikli çekirdeklerden yapılabileceğini düşünmedikleri görülmektedir.

Kahve Bilimi dersi alanlardan K1 ve K2 kodlu öğrenciler bir fincan filtre kahve için 300 TL verebileceklerini belirtirken diğer bütün öğrenciler 70 ile 100 TL arasında fiyatlar verebileceklerini söylemiştir. Filtre kahve fiyat tutumları Kahve Bilimi dersi alanlar ile almayanlar arasında karşılaştırıldığında, dersi alanların kahve için daha fazla miktarda ödeme yapabilecekleri sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin bir fincan Türk kahvesi için ödeyebileceklerini belirttiği fiyat düzeyi incelendiğinde de yine dersi alan öğrencilerin daha yüksek ücretler ödeyebilecekleri görülmektedir.

Filtre kahvenin nitelikli olup olmamasına göre fiyat düzeyi belirleyen öğrencilerden K1 ve K7 kodlu öğrenciler bu soruyu “*Maksimum 250-300 TL arası verebilirim, tabi her zaman değil. Nitelikli bir kahveyi deneyimlemek için bu fiyatı verebilirim.*” ve “*Öylesine tüketeceğim bir kahveyse 80-90 TL, nitelikli olarak kendime bir şey katmak için içtiğim kahveyse 200 TL verebilirim.*” şeklinde yanıtlamıştır. Kahve Bilimi dersi

almayan öğrenciler arasında da görüşme sırasında yapılan nitelikli kahve tanımıyla birlikte bir fincan kahve için ödenecek fiyat düzeyinin değişebileceğine dair seçenek sunulduğu görülmektedir. Bu soruya, K12 kodlu öğrenci *“Az önce saydığınız kriterlere uygunsa eğer, 200 TL veririm.”* şeklinde, K19 kodlu katılımcı ise *“Normalde 200 TL ödeyebilirim zaten ben o fiyatı kahveden çok kafeye ödediğimizi düşünüyorum. Tabi kahve nitelikli kahve olursa 250-270 TL'ye kadar çıkabilirim.”* şeklinde cevap vermiştir.

#### 4. SONUÇLAR, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Nitelikli kahve tanımlaması sürdürülebilirliği temel alan ve kahve çiftçisi, yeşil kahve çekirdeği alıcısı, kahve kavurucusu gibi birçok bilgiyi kapsamaktadır. Nitelikli kahvenin duysal testler sonucunda şarap kadar kompleks ve geniş aroma ve tat skalasına sahip olması, onu gastronomi alanında değerli ve gelecek vadeden bir içecek haline getirmektedir. Çalışmanın bulguları, öğrencilerin çoğunluğunun her gün sosyalleşmek, kafein tüketimi ile enerji kazanmak ve keyif almak gibi nedenlerle mutlaka kahve içtiğini göstermektedir. Çalışma örneklemini oluşturan ve Z kuşağını temsil eden gastronomi öğrencilerinin kahve tercihlerini genellikle espresso bazlı, süt ve şurup ilave edilen kahveler yönünde kullandıkları görülmüştür. Türk kahvesi tercih eden öğrenciler ise örneklemin yalnızca %20'si kadardır. Öğrencilerin kahve işletmesi tercihlerinde ulaşılabilirlik, rahatlık, standart ürün bulunması ve uygun fiyatlar etkili olmaktadır. Ancak nitelikli kahve hakkında bilgi sahibi olan öğrencilerin işletme tercihlerinde kahveye dair özelliklere göre seçim yapma davranışı daha sık görülmektedir. Öğrencilerin kahveden bekledikleri tatların nasıl değiştiği incelendiğinde, genellikle sütlü ve aromalı kahvelerin yoğun olarak tercih edildiği ancak nitelikli kahveyi bilen öğrencilerde sade kahve içme davranışının daha fazla olduğu görülmektedir. Ayrıca nitelikli kahveyi bilen öğrencilerin tatları tanımlama ve ifade etmede daha iyi oldukları, ekşi ve acı gibi genel tanımlamalar yerine bitter, meyvemsi, fermente, funky gibi tanımlamalar kullandıkları da bu çalışma sonuçlarındandır.

Gastronomi öğrencilerinin nitelikli kahve tüketme durumları ve niyetleri sorgulandığında ise Kahve Bilimi dersi ile öğrencilerin nitelikli kahve tüketimlerinin arttığı, daha önce nitelikli kahve denemeyen öğrencilerin de çalışmada verilen nitelikli kahve bilgisi sonucunda nitelikli kahve deneme isteğine sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Nitelikli kahveyi bilen ve seven fakat sık tüketmeyen öğrencilerin nitelikli kahve fiyatlarının daha yüksek olması veya çevresinde yakın bir işletme olmaması nedeniyle tüketmediklerini ifade etmişlerdir. Nitelikli kahve içen öğrencilerin iyi bir kahve için ödeyebilecekleri ücretin diğer öğrencilere kıyasla 1,5-3 kat daha fazla olabildiği, bir fincan Türk kahvesi için ödeyebilecekleri ücretin ise nitelikli kahve bilgisinden bağımsız olarak genellikle benzer olduğu saptanmıştır. Bu bilgiler doğrultusunda, yeniliklere açık, keşfetmeyi seven ve yeni lezzetlerin peşinde olan gastronomi öğrencilerinin “nitelikli kahve” bilgisine sahip olduktan sonra iyi kahvenin peşinde olabildikleri görülmektedir. “Türklerin dünyaya armağanı” olarak nitelendirilen ve hem tarihi hem de kültürüyle ülkemiz için önemli olan bu içeceğin değerlendirilmesinde gastronomi öğrencilerinin rolü oldukça büyük olacaktır. Ayrıca iyi bir yemek deneyiminden sonra gelecek lezzetli bir fincan kahvenin yemek deneyimini artıracak yadsınamaz bir gerçektir. Bu nedenle gastronomi alanında kendine yer edinen alkollü içecek bilgisi kadar nitelikli kahve bilgisinin de verilmesi gerekmektedir.

## 5. KAYNAKÇA

**Akbaba, Ö. & Gökkaya, S. (2023).** HOWARD-SHETH Modeli Çerçevesinde Tüketicilerin Yeni Nesil Kahve İşletmelerini Tercihleri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Business Research-Turk*, 15(3), 2429-2448.

**Alves, R. C., Rodrigues, F., Antónia Nunes, M., Vinha, A. F. & Oliveira, M. B. P. P. (2017).** State of the Art in Coffee Processing By-Products. In: *Handbook of Coffee Processing*. pp.1-26. UK: Elsevier.

**Asilsoy, U. (2021).** Nitelikli Kahve. İstanbul: A7 Kitap.

**Boğa, T. & Dertli, E. (2021).** Kullanılmış Kahve Telvesinin Lif Kaynağı Olarak Değerlendirilme Potansiyeli. *European Journal of Science and Technology*, 31, 114-120.

**Carvalho, J. M., Paiva, E. L. & Vieira, L. M. (2016).** Quality Attributes of A High Specification Product. *British Food Journal*, 118(1), 132-149

**Çavuşgil, B. & Erden Ayhün, S. (2021).** Hizmet Kalitesi ve Müşteri Tatmininin Tekrar Satın Alma Niyetine Etkisi: Z Kuşağı Kahve Dükkanı Müşterileri Üzerine Bir Araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 2067-2085.

**de Sousa e Silva, J., Moreli, A. P., Donzeles, S. M. L., Soares, S. F. & Vitor, D. G. (2021).** Harvesting, Drying and Storage of Coffee. pp.1-64. In: *Food Engineering Series*. UK: Springer.

**Fadhil, R., Nurba, D. & Sukmawati, E. (2021).** Sensory Assessment of Gayo Arabica Coffee Taste Based on Various Varieties and Manual Brewing Devices. *Coffee Science*, 16, 1-9.

**Ferguson, M. (2021).** Erna Knutsen 1921-2018. <https://www.covoyacoffee.com/blog/erna-knutsen.html>, E.T.: 24.04.2024.

**Girginol, C. R. (2018).** Kahve: Topraktan Fincana. İstanbul: A7 Kitap.

**International Coffee Organization. (2023).** Coffee Market Report. <https://www.icocoffee.org/documents/cy2022-23/cmr-0423-e.pdf>, E.T.: 01.05.2024.

**Lee, K. S. (2021).** Expressionist View of Culinary Creativity: A Culinary Theory Exercised with Specialty Coffee. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 23, 100311.

**Martinez-Saez, N. & Castillo, M. D. (2019).** Development of Sustainable Novel Foods and Beverages Based on Coffee By-Products for Chronic Diseases. In: *Encyclopedia of Food Security and Sustainability*. pp.307-315. UK: Elsevier.

**Maspul, K. A. (2023).** Improving the Fourth Wave of Coffee in Sustaining the Coffee Value Chain as Economic Growth in Istanbul. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 2(2), 375-397.

**Mitas, O., Han, D. D., Struijer, B., Willems, L. & Chatwick, T. H. (2024).** Taking Pleasure in Distinction: Unlocking Specialty Coffee Preference. *Journal of Global Business Insights*, 9(1), 77-98.

**Özdemir, M. (2010).** Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323-343.

**Pan, Q. (2023).** The Past, Present and Future of Coffee Tourism. *Open Journal of Business and Management*, 11(2), 688-703.

**Raihanur Azizah, D., Bektı Sunarharum, W., Mahatmanto, T., Aurora Kartika, A. & Hakim, L. (2024).** Exploring the Impact of Various Manual Brewing Techniques on the Physicochemical and Sensory Characteristics of Brewed Coffee. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1299(1), 012011.

**Rune, C. J. B., Münchow, M., Perez-Cueto, F. J. A. & Giacalone, D. (2022).** Pairing Coffee with Basic Tastes and Real Foods Changes Perceived Sensory Characteristics and Consumer Liking. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 30, 100591.

**Salazar-López, N. J., López-Rodríguez, C. V., Hernández-Montoya, D. A. & Campos-Vega, R. (2020).** Health Benefits of Spent Coffee Grounds. In: *Food Wastes and By-Products*. pp.327-351. USA: Wiley.

**SCA & WCR. (2016).** Coffee Taster's Flavor Wheel. [https://atlanticspecialtycoffee.com/wpcontent/uploads/SCA\\_TasterWheel\\_English\\_8.5x11](https://atlanticspecialtycoffee.com/wpcontent/uploads/SCA_TasterWheel_English_8.5x11), E.T.: 25.04.2024.

**SCA. (2003).** Protocols&Best Practices. <https://sca.coffee/research/protocols-best-practices>, E.T.: 24.04.2024.

**SCA. (2024).** What is Specialty Coffee? <https://sca.coffee/research/what-is-specialty-coffee>, E.T.: 24.04.2024.

**Sonbay, G. (2021).** Ankara’da X, Y, Z Kuşaklarının Kahve Tüketim Alışkanlıklarının İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

**Sulaiman, I., Irfan, I. & Syahputra, R. (2023).** The Influence of Temperature and Duration of Brewing on the Sensorial Value of Gayo Arabica Wine Coffee, A Comparison of Hedonic and Cupping Test Methods. *Coffee Science*, 17, 1-10.

**Türkyılmaz, G. (2020).** İstanbul’da Üçüncü Dalga Kahve Kültürünün Yayılması: Yeni Orta Sınıfın 2000 Sonrası Mekân ve Kahve Tüketimi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

**Ünan Göktan, D. & Uslu, T. (2022).** Examining the Prominent Components of the Emerging Specialty Coffee Sector in Turkey. *Food, Culture&Society*, 25(1), 126-148.

**Yüksel, F., Goral, M., Kement, Ü. & Güner, Ç. (2022).** Türkiye’de Kahveye Yüklenen Anlam ve Kahve Tüketim Alışkanlıkları. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 12(3), 1967-1996.

# **TURİZM VE DESTİNASYON ARAŞTIRMALARI**

**VII**

## **BÖLÜM XI**

---



# BATMAN İLİ TURİZM DEĞERLERİNİN SWOT ANALİZİ

**Abdülkadir ÇORBACI**

Doçent Doktor, Batman Üniversitesi,  
abdulkadir.corbaci@batman.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-3580-2698

**Hasan Önal ŞEYHANLIOĞLU**

Doktor Öğretim Üyesi, Batman Üniversitesi,  
hasanonat.seyhanlioglu@batman.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-9056-5237

**Merve HASOĞLU**

Yüksek Lisans Öğrencisi, Batman Üniversitesi,  
mervehasoglu@gmail.com, ORCID ID: 0009-0007-6326-8505

## 1. GİRİŞ

Turizm; misafiri karşılama, misafirin rahatlığı ve huzuru ile alakadar olma, misafirin memnuniyetini sağlama, misafirin yeme, içme ve konaklama gibi ihtiyaçlarının karşılanması sürecidir (Sarıışık & Özbay, 2015). Bu sürecin en önemli unsurlarından biri destinasyonlardır. Destinasyonların incelenmesi ve destinasyonların özelliklerinin belirlenmesi destinasyonların öne çıkmasını ve tercih edilirliğini artırmaktadır. Destinasyonların tarihi, kültürel, doğal turistik değerlerinin yanı sıra konumu, ulaşım olanakları, konaklama işletmelerinin sayısı gibi etmenler de destinasyonların önemli unsurlarındandır (Zengin & Şeyhanlioğlu, 2019). Turizm çalışmaları, alternatif turizm geliştirilmesi, tanıtım çalışmaları da destinasyonların öne çıkarılması için önemlidir. Turizm sektörünün yılda %3,3 oranında büyüyerek 2030 yılına kadar 1,8 milyar turist sayısına ulaşması beklenmektedir (UNWTO, 2024). Beklenen artışla birlikte destinasyonlar arası rekabetin büyüyeceği de öngörülmektedir. Bu rekabet destinasyonların

kendini yenilemesini ve eksikliklerinin giderilmesini de sağlayacaktır (Cronjé & Du Plessis, 2020). Farkındalığın artması noktasında Batman'ın sahip olduğu potansiyel yadsınamaz derecede önemlidir. Bu durumun ortaya çıkarılması için SWOT analizi oldukça kıymetli olacaktır. Batman ilinin de sahip olduğu turizm avantajlarını kullanabilmesi için her yönüyle incelenmesi gerekmektedir. Batman ili turizm değerlerine sahip olmasına rağmen turizm talebi bakımından yeterli seviyede değildir. Bu nedenle Batman ili turizmi ile ilgili yapılan çalışmalar ildeki turizm taleplerini artırmak için gereklidir. Gerekli yatırım ve çalışmaların yapılması, turizm değerlerinin geliştirilmesi ve tanıtılması Batman ilinin turizm potansiyelini ortaya çıkaracaktır. Bu alışmada Batman ili turizm değerleri SWOT analizi yöntemi ile ele alınmıştır. İldeki turizm değerlerinin incelenerek güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenmiş; gelecekteki oluşabilecek tehdit ve fırsatlar incelenmiştir.

## **1.1. İlgili Alanyazın**

### **1.1.1. Destinasyon Kavramı**

İngilizce “destination” kelimesinin Türkçeye destinasyon olarak yerleşmiş olmasıyla birlikte literatürde destinasyon kelimesinin çeşitli tanımlamaları vardır. Türk Dil Kurumu (TDK) tarafından “varılacak olan yer” olarak tanımlanmıştır (Akyol & Zengin, 2020). Başka bir tanımlamaya göre destinasyon, insanların bazı etkinlikler için konaklamayı tercih ettiği ve bu amaçla seyahat ettiği yerlerdir (Cesur, 2020). Bir diğer görüşe göre destinasyon, turizm açısından bir yönelimdir (Baran & Batman, 2022). Turizm destinasyonu, turizm bakımından kendine ait özellikleri olan ve diğer destinasyonlardan ayırt edici özelliklere sahip doğal bir unsurdur (Kiráľová & Pavlíe, 2015). Turizmin bir destinasyonda gelişebilmesi ve destinasyonun çekiciliğini artırması için destinasyonun belirli unsurlara sahip olması gerekmektedir. Bu unsurlar aşağıda belirtilmiştir (Terzi, 2020).

➤ ekicilik unsuru: Doğal, kültüre, tarihi çekiciliklere sahip olma

- Ulaşılabilirlik unsuru: Destinasyona ulaşım olanakları ve ulaşım kolaylıkları
- İmkân ve olanak unsuru: Eğlence, seyahat, konaklama ve gastronomi işletmelerinin varlığı
- İstenilen mal unsuru: Destinasyonda turların ve seyahat rotalarının varlığı
- Aktivite unsuru: Destinasyonda ziyaretçilerin katılım sağlayabileceği aktiviteler
- Ekstra hizmet unsuru: Ziyaretçilerin gerektiğinde sağlık, bankacılık gibi hizmetlerinden yararlanma imkânlarını ifade etmektedir.

### **1.1.2. Batman İli Turistik Arz Özellikleri**

Batman ili Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki diğer illere göre genç bir şehir olmasına rağmen kültür, tarih ve doğa turizmi bakımından potansiyeli yüksek bir destinasyon olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle son birkaç yılda Batman ilinin turizm potansiyelinin artırılmasına yönelik yapılan çalışmalar şehrin turizm arzını artırmaktadır.

#### **1.1.2.1. Batman İli Coğrafi Yapısı**

Batman ili, Türkiye'nin yedi coğrafi bölgesinden biri olan Güneydoğu Anadolu Bölgesinde bulunmaktadır. Batman ilinin güney kısmı engebeli ve dağlık, ilin kuzey kısmı ise dağlık, dik ve sarp arazi özelliklerine sahiptir (batman.ktb.gov.tr). Dağlık ve düzlük alan bakımından neredeyse eşit alana sahiptir. Şehrin en yüksek noktası 2.973 metre yüksekliği ile Aydın (Mereto) Tepesidir. Toprakları Dicle Nehri üzerinde yer alan Batman; Diyarbakır, Mardin, Siirt, Muş, Bitlis illeri ile komşudur. Batman Çayı, Sason Çayı ve Gerzan Çayı şehirdeki başlıca akarsulardır (Yakut, 2022). Batman ilinde karasal iklim görülmektedir. Sason ilçesi daha yüksek ve daha karasal olması sebebiyle bu ilçede sert karasal iklim hâkimdir. Batman ovası ise daha düşük yükseltide olması nedeniyle daha ılıman bir iklime sahiptir. Batman ilinde yaygın bitki örtüsü olarak step ve çalılıklar görülmektedir. (Yakut, 2022).



**Resim 1. Batman İli İdari Haritası**

Kaynak: Batman AFAD

#### 1.1.2.2. Batman İlinin Turizm Alt ve Üstyapısı

Batman ili turizm beklentisi, tarihi ve kültürel değerler bakımından önemli bir potansiyele sahiptir. Batman ilinin Hasankeyf ilçesi tarih ve kültür bakımından birçok önemli yapıyı ilçe sınırlarında bulundurmaktadır. Hasankeyf Ören Yeri dışında da şehirde bulunan tarihi ve dini yapılar, mimari yapılar, doğal güzellikler bakımından zenginlikleri Batman ilinin turizm potansiyelini artırmaktadır. Şehirde mağara turizmi, kültür turizmi, balıkçılık turizmi için altyapı koşulları gelişmiştir. Batman ilinde Batman Müzesi ve Hasankeyf Müzesi olmak üzere iki adet müze bulunmaktadır. Batman İli Kültür Envanteri Projesi ile Batman ilinde yaklaşık 1800 adet kültür varlığı belgelenmiştir (Batman İli Kültür Envanteri Projesi, 2017). 2023 yılsonu verilerine göre Batman ilinde toplam 64 arkeolojik sit alanı bulunmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024). Batman ilinde Kültür ve Turizm Bakanlığı Bakanlık Belgeli toplam 26 işletme bulunmaktadır. Bunların 12'si turizm işletme belgeli tesis, 14'ü ise basit konaklama belgeli tesislerdir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024). Turizm işletme belgeli tesisler Batman merkez ilçesinde bulunmaktadır. Turizm işletme belgeli tesislerin arasında yiyecek içecek hizmeti veren tesisler de vardır. Batman'da turizm işletme belgeli tesislerin ikisi

gastronomi alanında hizmet vermektedir. Batman ilinde yiyecek içecek işletmeleri sayı olarak yeterlidir. Öne çıkan yiyecek içecek işletmeleri Batman il merkezinde bulunmaktadır. Batman şehri konum olarak avantajlı bir bölgede bulunmaktadır. Komşu şehirlerin önemli turizm destinasyonlarından olmaları Batman ilinin turizm potansiyelini ve ulaşılabilirliğini artırmaktadır. Batman iline karayolu, havayolu ve demiryolu ile ulaşım sağlamak mümkündür. Şehirde aktif bir havaalanı olması ulaşımı kolaylaştırmaktadır. Ankara ve İstanbul'dan direkt; İzmir'den ise aktarmalı bir şekilde uçak ile ulaşım sağlanabilmektedir. Her şehirden karayolu ile ulaşım mümkündür. Güney Kurtalan Ekspresi ile Ankara-Kurtalan arası güzergâhta Batman iline ulaşım sağlanabilir.

**Tablo 1. Batman İli Turizm İşletme Belgeli Tesisler**

| Tesis Adı                      | Tesis Türü             | İl/İlçe       |
|--------------------------------|------------------------|---------------|
| Atlıhan Park Otel              | Turizm İşletme Belgesi | Batman/Merkez |
| Babil Apart Otel               | Basit Konaklama        | Batman/Gercüş |
| Bozooğulları                   | Turizm İşletme Belgesi | Batman/Merkez |
| Büyük Geçit Otel               | Turizm İşletme Belgesi | Batman/Merkez |
| Gapel Otel                     | Basit Konaklama        | Batman/Merkez |
| Grand Hasankeyf Otel           | Turizm İşletme Belgesi | Batman/Merkez |
| Grand White Otel               | Turizm İşletme Belgesi | Batman/Merkez |
| Hotel İzgi Turan               | Turizm İşletme Belgesi | Batman/Merkez |
| Jadore Cafe&Restaurant         | Turizm İşletme Belgesi | Batman/Merkez |
| Kozluk Güven Apart/Otel        | Basit Konaklama        | Batman/Kozluk |
| Lounge Boss                    | Turizm İşletme Belgesi | Batman/Merkez |
| Mesa Otel Batman               | Turizm İşletme Belgesi | Batman/Merkez |
| Muharrem Apart Otel            | Basit Konaklama        | Batman/Sason  |
| Otel Asko                      | Basit Konaklama        | Batman/Merkez |
| Ramada Plaza By Wyndham Batman | Turizm İşletme Belgesi | Batman/Merkez |
| Real Konak Hotel               | Turizm İşletme Belgesi | Batman/Merkez |
| Roni Otel                      | Basit Konaklama        | Batman/Kozluk |
| Sason Altınbaşak Apart Otel    | Basit Konaklama        | Batman/Sason  |
| Sason Otel                     | Basit Konaklama        | Batman/Merkez |
| Taşlıdere Yıldız Kaplıca Otel  | Basit Konaklama        | Batman/Kozluk |
| The Ancient Mesopotamia        | Turizm İşletme Belgesi | Batman/Merkez |
| Yıldız Apart Otel              | Basit Konaklama        | Batman/Sason  |
| Yılmaz Apart Otel-1            | Basit Konaklama        | Batman/Sason  |
| Yılmaz Apart Otel-2            | Basit Konaklama        | Batman/Sason  |
| Zeki Otel                      | Basit Konaklama        | Batman/Merkez |
| Özdem Apart Otel               | Basit Konaklama        | Batman/Gercüş |

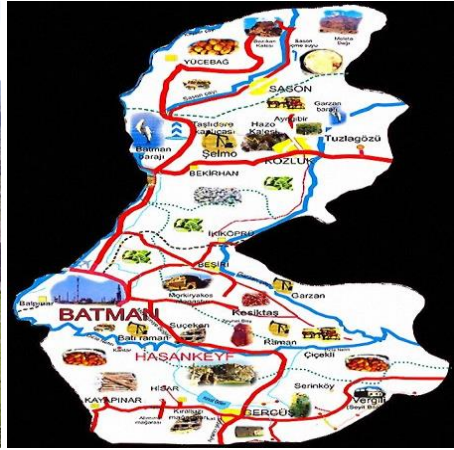
**Kaynak:** ktb.gov.tr

### 1.1.2.3. Batman İli Turizm Değerleri

Kuzey Mezopotamya'da yer alan Batman; Dicle Nehri, Garzan Çayı ve Batman Çayı kıyılarına kurulmuş bir şehirdir. Tarihinde Romalılar, Bizans, Moğollar, Safeviler ve Osmanlı gibi birçok medeniyeti topraklarında barındırmıştır. Bu nedenle tarihi ve kültürel bakımdan zengin bir şehirdir (TÜRSAB Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, 2020). Bu zenginlikleri turizm potansiyeli açısından önemlidir. Batman ilinin tarihi, doğal, kültürel ve gastronomi değerleri bulunmaktadır.



## Resim 2. Hasankeyf Örenyeri



### Resim 3. Batman İli Turizm Haritası

**Kaynak:** Hasankeyf Kaymakamlığı

**Kaynak:** batman.ktb.gov.tr

### 1.1.2.3.1. Tarihi Turistik Değerler

Bir şehrin tarihi o şehrin en önemli destinasyon çekicilik unsurlarından biridir. Batman ilinin de genç illerden biri olmasına rağmen eski dönemlerde birçok medeniyete ev sahipliği yaptığı bilinmektedir. Batman ilinin ilk yerleşim yerlerinden Mezopotamya'nın Kuzey Mezopotamya bölümünde bulunması bu tarihi geçmişin en önemli nedenidir. Dicle nehri etrafında kurulan yerleşim yerleri ile birlikte medeniyetlerin bu çevrede yoğunlaşmış olması tarihi açıdan Batman'ın zengin olduğunu göstermektedir. Bu medeniyetlerin

yaşadıkları dönemde bu bölgede bıraktıkları tarihi değerler turistik özellikler ve çekicilikler taşımaktadır. Batman ili tarihi turistik değerleriyle Hasankeyf ilçesi ile bilinmektedir. Antik dönemlere kadar dayanan bir tarihi olan Hasankeyf Örenyeri; yazları serin kışları ılık mağara yerleşimleri ile bilinmektedir. Batman ilinde bulunan önemli tarihi eserler Tablo 2’de gösterilmektedir.



**Resim 4. Malabadi Köprüsü Höyüğü**



**Resim 5. Kozluk Hallan Cemi Höyüğü**

**Kaynak:** Batman Valiliği

**Tablo 2. Batman İlinde Bulunan Tarihi Eserler**

| <b>Eser Adı</b>                      | <b>Eser Tarihçesi</b>                                                                                                                            |
|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Hasankeyf Antik Kenti</b>         | Başlangıcı MS. 4’üncü yüzyıl olarak bilinmektedir. “Mağaralar Şehri” ve “Kayalar Kenti” olarak da bilinmektedir.                                 |
| <b>Hasankeyf Kalesi</b>              | “Kaya Kalesi” ve “Yukarı Şehir” olarak da bilinmektedir. Dini işlevi de bulunan kale, Bizanslıların en sağlam kalesi olarak anılmaktadır.        |
| <b>Malabadi Köprüsü</b>              | En geniş kemerli taş köprü olarak bilinmektedir. Mostar Köprüsü’nün ikizi olarak kabul edilmektedir.                                             |
| <b>On Kemerli Köprü</b>              | 1944 yılında yapılan köprü üzerinden tren geçişi sağlanmaktadır.                                                                                 |
| <b>Hallan Çemi Höyüğü</b>            | İnsanlık tarihinin yerleşik hayata geçişinin önemli yaşam alanlarından olan höyük, Batman ili Kozluk ilçesi sınırları içerisinde yer almaktadır. |
| <b>Zeynel Bey Türbesi ve Kümbeti</b> | Bölgede yaşayan Akkoyunluların bölgede bıraktığı tek eser olarak bilinmektedir. 1462-1482 yılları arasında Hasankeyf ilçesinde inşa edilmiştir.  |
| <b>El Rızık Cami</b>                 | Kesin olmamakla birlikte 1409 yılında yapıldığı düşünülmektedir. Kentin birçok alanından görülebilmektedir.                                      |
| <b>Mor Kiryakus Manastırı</b>        | Bölgenin ilk manastırı olduğu bilinmektedir. Süryani Hristiyanlarının kutsal kabul ettiği Turabidin bölgesi uç noktasında bulunmaktadır.         |
| <b>Mor Aho Manastırı</b>             | Halk arasında “Deyr Mahar” olarak bilinmektedir.                                                                                                 |
| <b>İmam Zaviyesi</b>                 | <b>Abdullah</b> Hz. Muhammed’in amcasının Hasankeyf Kuşatmasında şehit olan oğlu İmam Abdullah’ın türbesidir.                                    |

|                                   |                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Seyyid Bilal Türbesi</b>       | Seyyidler köyü olarak da bilinen Vergili (Becirman) köyünde yer almaktadır. Her sene eylül ayının ikinci haftası köyde anma etkinlikleri yapılmaktadır. |
| <b>Kozluk (Hazo) Kalesi</b>       | İnşa tarihi net olarak bilinmemektedir. Dini ve tarihi destinasyon özelliği olan yerlerden biridir.                                                     |
| <b>Hasankeyf Ulu Camii</b>        | İnşa tarihi bilinmemektedir. Hasankeyf ilçesinde yer almaktadır.                                                                                        |
| <b>Memikhan Köprüsü (Beşiri)</b>  | Garzan Çayı üzerinden İpek yolundan karşıya geçişi sağlaması sebebiyle stratejik konuma sahiptir.                                                       |
| <b>Kandil Kalesi (Kozluk)</b>     | Bizanslılar tarafından inşa edilmiştir.                                                                                                                 |
| <b>Rabat Kalesi (Kozluk)</b>      | Bizanslılar tarafından inşa edilmiştir.                                                                                                                 |
| <b>Hızırbey Camii (Kozluk)</b>    | Kozluk ilçesinin en büyük camisidir. 1512 yılında yaptırıldığı bilinmektedir.                                                                           |
| <b>İbrahim Bey Camii (Kozluk)</b> | Çift yollu minareye sahip olan cami Kozluk ilçesinde yer almaktadır.                                                                                    |

**Kaynak:** Derleme

### 1.1.2.3.2. Doğal Turistik Değerler

Batman ili tarihi değerleri kadar doğal güzellikleri ile de ön plana çıkmaktadır. Batman ilinde bulunan mağaralar, kanyonlar, dağlar, nehirler şehirde doğa turizminin de gelişmesine neden olmuştur. Gercüş, Sason ve Hasankeyf ilçelerinde uzun yıllardır bulunan farklı türlerden ağaçlar Batman ili doğasını zenginleştirmektedir. Batman ilinde olta balıkçılığı, dağcılık sporu, doğa yürüyüşü(trekking) ve rafting yapılabilmektedir. Batman şehrinin sahip olduğu doğal turistik değerler ve özellikleri aşağıda Tablo 3'te gösterilmektedir.

**Tablo 3. Batman İlinin Doğal Turistik Değerleri**

| <b>Adı</b>                             | <b>Konumu</b>               |
|----------------------------------------|-----------------------------|
| <b>Sason Çayı</b>                      | Sason/Batman                |
| <b>Mereto Yaylası</b>                  | Sason/Batman                |
| <b>Hasankeyf Doğal Mağaralar</b>       | Hasankeyf/Batman            |
| <b>Yol Geçen Hanı(Mağara)</b>          | Hasankeyf/Batman            |
| <b>Batman Çayı</b>                     | Batman ve Diyarbakır arası  |
| <b>Garzan Çayı(Yanarsu Çayı)</b>       | Kozluk ilçesi güneyi/Batman |
| <b>Raman Dağı</b>                      | Merkez/Batman               |
| <b>Zore Kanyonu ve Şelalesi</b>        | Sason/Batman                |
| <b>Handere Kanyonu</b>                 | Sason/Batman                |
| <b>Erzen Antik Kenti (Balıklı göl)</b> | Kozluk/Batman               |

**Kaynak:** Derleme



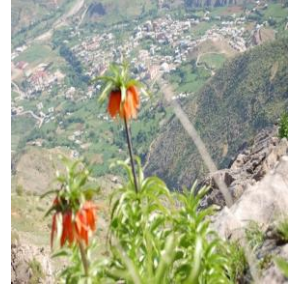
**Resim 6. Mereto Dağı**

**Kaynak:** Sason  
Kaymakamlığı



**Resim 7. Erzen Antik Kenti (Balıklı Göl)**

**Kaynak:** Kozluk  
Kaymakamlığı



**Resim 8. Sason İlçesinde Ters Lale**

**Kaynak:** Sason  
Kaymakamlığı

#### 1.1.2.3.3. Kültürel Turistik Değerler

Batman ilinde tarihi ve turistik değerler haricinde kültürel değerler de bulunmaktadır. Bu kültürel değerlerin zenginliği Batman ilinin kuşaktan kuşağa aktarılan geleneksel değerlerinin hala güncelliğini koruduğunu göstermektedir. Batman ilinde dokumacılık, telkâri, ahşap oyma sanatı gibi kültürel değerler vardır. Günümüz dünyasında hala varlığını sürdürmeye çalışan kültürel değerler turistik açısından da önemli bir tanıtım aracı olmuştur. Batman ilinde günümüzde yaşayan kültürel turistik değerleri aşağıda Tabla 4'te gösterilmektedir.

**Tablo 4. Batman İlinin Kültürel Turistik Değerleri**

| Kültürel Değer    | Bilgiler                                                                                                                            |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Dokumacılık       | Hasankeyf ilçesi mağara evlerinde yaygın olan dokumacılık; günümüzde şehir merkezinde kültürün unsuru olarak devam ettirilmektedir. |
| Telkâri           | İnce gümüş tellerin birleştirilmesiyle yapılan bir el sanatıdır.                                                                    |
| Ahşap Oyma Sanatı | Kıl testere ile yapılan ince ve yoğun işçilik isteyen bir sanattır.                                                                 |
| Yapma Bebek       | Batman'da ustalıkla yürütülen bir üç boyutlu sanattır.                                                                              |

**Kaynak:** batman.ktb.gov.tr

**Resim 9. Dokumacılık****Resim 10. Yapma Bebek**

**Kaynak:** batman.goturkiye.com

#### 1.1.2.3.4. Gastronomik Değerler

Yemek yeme faaliyetinin temel bir ihtiyaç olması ve turistlerin ziyaret ettikleri destinasyonlarda yeme-içme ihtiyaçlarını karşılaması destinasyonların gastronomik değerlerini geliştirmektedir (Küçükörmürler ve ark., 2019). Öte yandan şehirlerin gastronomik değerleri şehrin turizm çekiciliğini artırmaktadır. Turistlerin destinasyon ziyaretlerinde şehirlerin gastronomik değerlerini de öğrenmek istemeleri alternatif turizm türlerinden gastronomi turizmi kavramını ortaya çıkarmıştır. Gastronomik değerler coğrafi işaret çalışmaları ile tescillenmektedir. Batman ilinde beş gastronomik ürün coğrafi işaret ile tescillenmiş, dokuz gastronomik ürün ise başvuru durumunda tescillenmeyi beklemektedir. Batman ilinde coğrafi işaretli ve başvuru durumundaki gastronomik ürünler aşağıda Tablo 5'te gösterilmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2024).

**Tablo 5. Batman'ın Coğrafi İşaretli ve Coğrafi İşaret Başvurulu Gastronomi Ürünleri**

| Ürün Adı                            | Tescil Durumu     |
|-------------------------------------|-------------------|
| Batman Pıçık Yemeği                 | Tescilli          |
| Batman Şam Böreği                   | Tescilli          |
| Gercüş Mezrune Üzümü                | Tescilli          |
| Kozluk Domatesi                     | Tescilli          |
| Sason Çileği                        | Tescilli          |
| Gercüş Mezrune Üzümü Cevizli Sucuğu | Başvuru Durumunda |
| Gercüş Mezrune Üzümü Pekmezi        | Başvuru Durumunda |
| Gercüş Mezrune Üzümü Pestili        | Başvuru Durumunda |
| Hasankeyf Benati İncir              | Başvuru Durumunda |
| Hasankeyf Mehina Sarımsağı          | Başvuru Durumunda |

|                     |                   |
|---------------------|-------------------|
| Kozluk Kağıt Kebabı | Başvuru Durumunda |
| Kozluk Meroto Balı  | Başvuru Durumunda |
| Sason Balı          | Başvuru Durumunda |

**Kaynak:** turkpatent.gov.tr



**Resim 11.  
Batman Piçık  
Yemeği**



**Resim 12. Batman  
Şam Böreği**



**Resim 13. Sason  
Çileği**

**Kaynak:** turkpatent.gov.tr; Sason Kaymakamlığı

### 1.1.3. Batman İli SWOT Analizi

SWOT analizi ilk defa Heinz Weilrich tarafından 1982 yılında ortaya çıkarılmıştır. “The TOWS Matrix, a tool for situational analysis” isimli çalışmasıyla TOWS kavramı SWOT kavramının temeli olmuştur. TOWS veya SWOT kavramı İngilizce “Threats (Tehdit), Opportunities (Fırsat), Weaknesses (Zayıf), Strengths (Güçlü)” kelimelerinin baş harflerinden oluşmaktadır (Çınar & Oğuz, 2020). SWOT analizi bir durumun iç ve dış unsurlarının karşılaştırılmasını sağlayan bir araçtır (Gürleyen & Çınar, 2021). SWOT analizi sadece işletmeler için kullanılan bir ölçüm aracı değildir. Aynı zamanda planlama stratejisi de olan SWOT analizi sayesinde turizm destinasyonlarıyla ilgili uzun ve kısa vadeli planlamalar da yapılabilmektedir (Türkay, 2014). SWOT analizi sayesinde bir destinasyon bütün yönleriyle ele alınmaktadır. Destinasyonun güçlü ve zayıf yönleri ile destinasyonun fırsat ve tehditleri SWOT analiziyle incelenmektedir. Destinasyonun güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenerek geliştirilmesi, gelecekteki fırsatların iyi değerlendirilmesi ve gelecekteki tehditlerin önlenmesi analiz edilmektedir. Bu analiz destinasyonlar için önemli stratejik planlar oluşturulmasını sağlamaktadır. Bir destinasyonun

sürdürülebilir olması ve geliştirilmesi gelecekteki fırsat ve tehditler ile belirlenmektedir. Batman ili turizminin de güçlü, zayıf yönleri ve gelecekteki fırsat ve tehditlerin belirlenmesi amacıyla SWOT analizi aşağıda Tablo 6'da incelenmiştir.

**Tablo 6. Batman İli Turizm Değerlerinin SWOT Analizi**

| Güçlü Yönleri                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Zayıf Yönleri                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmış olması</li> <li>➤ Karayolu, havayolu ve demiryolu ulaşımının olması</li> <li>➤ Mardin, Diyarbakır gibi şehirlerle komşu olması</li> <li>➤ Turizm potansiyeli yüksek olan Hasankeyf ilçesine sahip olması</li> <li>➤ Şehir içi ulaşım ağının gelişmiş olması</li> <li>➤ Gastronomik değerlere sahip olması</li> <li>➤ Dicle Nehri, Batman Çayı ve Garzan Çayına sahip olması</li> <li>➤ Önemli dağlara sahip olması</li> <li>➤ Sason ilçesinde coğrafi işaretleri ürünlerin bulunması ve tanıtım çalışmalarının yapılması</li> <li>➤ Yapay göletlere sahip olması</li> <li>➤ Petrol yatağına sahip olması</li> <li>➤ Şehirde yeterli sayıda konaklama işletmesi bulunması</li> <li>➤ Alternatif turizm imkânlarına sahip olması</li> <li>➤ Şehirde yeterli sayıda yiyecek içecek işletmesinin bulunması</li> <li>➤ Kamu tarafından turizm faaliyetlerinin desteklenmesi</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Turizm çalışmalarının yetersiz olması</li> <li>➤ Konum bakımından ülkenin üç önemli şehrine uzak olması</li> <li>➤ Eğlence ve turistik mekânların az olması</li> <li>➤ Turistik sektörlerdeki kalifiye eleman yetersizliği</li> <li>➤ Şehir içi trafiğin düzensiz olması</li> <li>➤ Yerel halkın turizm bilinci konusunda yeterince gelişmemiş olması</li> <li>➤ Şehirdeki kültürel ve sanatsal faaliyetlerin eksik olması</li> <li>➤ Batman'a özgü coğrafi işaretli yöresel ürünlerin diğer illere göre yetersiz olması</li> <li>➤ Şehirde gezilecek park, bahçe gibi alanların eksikliği</li> <li>➤ Sahip olduğu su kaynaklarının turistik alanlara dönüştürülemediği olması</li> <li>➤ Şehirde işsizliğin yoğun olması</li> <li>➤ Karasal iklim nedeniyle yaz dönemlerinde yüksek sıcaklıklardan etkilenmesi</li> <li>➤ Turizme yatırım çalışmalarının yetersiz olması</li> <li>➤ Hasankeyf ilçesinde yenileme çalışmalarının henüz tamamlanmamış olması</li> <li>➤ Alternatif turizm imkânları olmasına rağmen çalışmaların yetersiz olması</li> <li>➤ Tarihi turistik alanlarda çevre temizliği konusunda eksikliklerin olması</li> <li>➤ Tarihi ve turistik alanlara giden yolların düzgün bir şekilde yapılmamış olması</li> <li>➤ Yabancı turizm talebinin olmaması</li> <li>➤ Seyahat acentalarının ve şehirde yapılan etkinliklerin sadece yerel halka hitap edecek özellikler barındırması</li> <li>➤ Şehirde yapılacak aktivitelerin azlığı nedeniyle gelen turistlerin konaklama süresinin sınırlı olması</li> </ul> |
| Fırsatlar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Tehditler                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Hasankeyf Örenlerinde yenileme çalışmalarının devam ediyor olması ve tamamlandığında turizm potansiyelini yükselteceği düşüncesi</li> <li>➤ Şehirdeki turizm potansiyelinin sosyal medya aracılığıyla bireysel kaynaklar tarafından tanıtılması ve bu tanıtımların</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tarihi değerlerin yeterince korunmaması nedeniyle gelecekte tahrip edilebileceği endişesi</li> <li>➤ Doğal kaynakların kirlenmesi ve bilinçsiz kullanımı nedeniyle doğal güzelliklerin yok olabileceği düşüncesi</li> <li>➤ Turist yoğunluğunun artması durumunda</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

gelecekte turizmi artıracakı düşüncesi  
➤Şehirde üniversitede turizm fakültesinin olması  
➤Geçmiş zamanlarda bölgede yaşanan terör olayları nedeniyle turistlerde oluşan kötü destinasyon imajının terör olaylarının yaşanmaması nedeniyle olumlu yönde değişmesi  
➤Şehirde turizm bilincinin gelişiyor olması  
➤Şehirde yapılan ve gelecek yıllarda artması beklenen turizm, gastronomi festivallerinin varlığı

yerel halkın turizm bilincinin yetersiz kalacağı düşüncesi  
➤Şehirdeki işsizlik sorunu nedeniyle kalifiye durumdaki turizm elemanlarının başka şehirlere göç edeceği düşüncesi  
➤Gelecekte beklenen iklim krizi nedeniyle şehirdeki kuraklık ve sıcaklığın artacağı düşüncesi  
➤Kentte ortak bir turizm planı bulunmaması nedeniyle turizm çalışmalarının sürdürülebilir olmayacağı endişesi

## 2. SONUÇLAR, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Turizm faaliyetleri, faaliyetlerin gerçekleştiği destinasyonları olumlu ve olumsuz yönlerde etkilemektedir (Dilek ve ark., 2017). Olumlu etkilerinin yanında olumsuz etkilerinin de olması turistik destinasyonlarda istenmeyen bir sonuçtur. Destinasyonların, turizmin olumsuz etkilerinden etkilenmemesi için destinasyonların özellikleri incelenerek turizm faaliyetlerinin doğru bir şekilde yönlendirilmesi gerekmektedir. Yapılan çalışmalar ve analizler ile birlikte turizm hareketlerinden destinasyonlara maksimum verimin sağlanması amaçlanmaktadır. Batman ili turizminin güçlü ve zayıf yönlerini belirleyerek fırsat ve tehditler ortaya konmuştur. Batman ilinin turizm potansiyeli açısından yeterli fakat turizm talebi bakımından oldukça yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu yetersizliğin; coğrafi, idari, maddi, sosyolojik ve kültürel nedenler başta olmak üzere çeşitli nedenlerden kaynaklandığı belirlenmiştir. Batman ili SWOT analizi sonuçlarına göre; Batman ilinin turizminin gelişebilmesi için zayıf yönlerinin azaltılması; fırsat ve tehditlerinin incelenerek çalışmalar yapılması gerekmektedir.

Batman ili turizm arzı başlığında Batman ilinin coğrafi özellikleri ve turizm alt ve üstyapısı incelenmiştir. SWOT analizi sonucunda Batman ili turizm arzının güçlü ve zayıf yönleri belirlenmiştir. Batman ilinin konum olarak Diyarbakır, Mardin gibi destinasyonlara olan yakınlığı turizmin gelişmesi için bir avantajdır. Diyarbakır ve Mardin'e yönelik yapılan Güneydoğu Anadolu turlarına Batman ilinin de dâhil edilerek Batman ili turizmi geliştirilmelidir. Batman ilinde bulunan Batman, Gerzan ve Sason çaylarının turistik faaliyetlere ve

rotalara dahil edilmesi, etraflarına turistik tesislerin kurulması gerekmektedir. Bölgenin iklim koşulları düşünülerek turizm çalışma ve planlamalarının özellikle ilkbahar ve sonbahar aylarında yapılması turizm faaliyetlerinin verimini ve katılımını artıracaktır. Bölgedeki Turizm İşletme Belgeli konaklama tesislerinin şu anki talebe göre yeterli olduğu belirlenmiş ancak yine turizm işletme belgeli gastronomi işletmelerinin sayısının iki olduğu görölmüştür. Batman ili için bu sayının yetersiz olduğu düşünülmektedir. Bu sonuçtan yola çıkarak Batman ilinde nitelikli gastronomi işletmelerinin artırılması ve bu işletmelerin tarihi veya doğal turistik değerlere yakın olmasının bu bölgelerin turizm potansiyelini artıracadığı düşünülmektedir. Turizm işletmelerinde çalışan turizm personellerinin niteliklerinin ve eğitim düzeylerinin artırılması ildeki turizm çalışmaları için gereklidir.

Batman ili turizm değerleri başlığında ise ilin doğal, tarihi, kültürel ve gastronomik turistik değerleri incelenmiştir. Yapılan SWOT analizi sonucunda Batman ilinde birçok tarihi ve doğal turistik değerlerin bulunduğu fakat etkin bir şekilde turizme kazandırılmadığı görölmüştür. Kamu kurumlarının şehirdeki turistik değerleri âtıl durumda bırakmamak amacıyla gerekli çalışmaları yapması ve çevrelerinde gerekli güvenlik, hijyen, ulaşım olanaklarını sağlayarak turizme kazandırması gerekmektedir. Akademisyenler tarafından bu alanlarla ilgili akademik çalışmalar yapılarak literatüre kazandırılması turizmin geliştirilme sürecinde yararlı olacaktır. Turistik değerlerin bilinirliğinin artması için sosyal medya tanıtımları etkili olmaktadır. Bu nedenle sosyal medya çalışmaları artırılmalıdır. Alternatif turizmin geliştirilmesi şehrin turizm ve turist çeşitliliğini artıracak çalışmalar yapılması gerekmektedir. şehirde yapılan turizm faaliyetlerinin yerel halk dışında yerli ve yabancı turistlere yönelik düzenlenmesi gerekmektedir. Bölgede zengin olan gastronomik değerlerin tanıtım ve tescil faaliyetlerinin yetersiz olduğu görölmüştür. Gastronomik değerlerle ilgili coğrafi işaret çalışmaları yapılmalıdır.

SWOT analizinde Batman ili turizm değerlerinin fırsat ve tehditleri belirlenmiştir. Belirlenen fırsatların iyi

değerlendirilmesi; tehditler için de gerekli önlemlerin alınması gerekmektedir. Özellikle Hasankeyf ilçesinde yapılan yenileme ve düzenleme çalışmaları tamamlanınca Hasankeyf ilçesinin tekrardan önemli bir turizm destinasyonu olacağı öngörülmektedir. Bölgenin terörden arındırılma çalışmaları sonrasında kötü olan destinasyon imajının düzelmeye başlaması ve yapılan turizm çalışmalarıyla gelecekte daha iyi bir destinasyon imajına sahip olacağı düşüncesi de belirlenen fırsatlardan biridir. Tehditler incelendiğinde tarihi ve doğal turistik değerlerin yetersiz koruma ve bilinçsiz davranış sonucunda tahrip olacağı düşüncesi bulunmaktadır. Yerel halkın turizm bilinç seviyesinin artırılması, gerekli eğitim ve koruma önlemlerinin alınması gerekmektedir. Bölgede işsizlik sorununun olması kalifiye turizm eleman ve turizm öğrencilerinin başka şehir ve ülkelere göç edeceği sonucunu doğurarak bir tehdit oluşturmaktadır. Bu nedenle gerekli yatırımların yapılarak işsizlik sorununun ortadan kaldırılması gerekmektedir. Sonuç olarak Batman ilinin turizm çalışmalarının henüz eksiklikleri bulunmaktadır. Kamu kurum ve kuruluşları, özel sektör, akademisyenler, STK'lar bu eksikliklerden pay çıkararak üzerlerine düşen çalışmaları yapmalıdır. Batman ilinin turizm potansiyelinin gelişmesi doğru analizlerle birlikte yapıldığında şehri olumlu yönde etkileyecektir.

### 3. KAYNAKÇA

**AFAD Planlama ve Risk Azaltma Dairesi. (2021).** Batman il Afet Risk Azaltma Planı. Batman.

**Akyol, C. & Zengin, B. (2020).** Destinasyon Kavramının Yeniden Yapılandırılması Üzerine Düşünsel Bir İnceleme. Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(3), 2472-2485.

**Bakanlık Belgeli Tesisler. (2024).** Kültür ve Turizm Bakanlığı.  
<https://www.ktb.gov.tr/genel/searchhotelgenel.aspx?lang=tr>,  
E.T.: 25.04.2024.

**Baran, Z. & Batman, O. (2022).** Destinasyon Pazarlamasında Mutfak Kültürünün Rolü: Sakarya Örneği (The

Role of Cuisine Culture in Destination Marketing: Sakarya Case). Journal of Tourism & Gastronomy Studies, 10(1), 456-475.

**Batman GoTürkiye. (t.y.).** Türkiye Resmi Seyahat Rehberi. <https://batman.goturkiye.com/tr/batman-goturkiye>, E.T.: 29.04.2024.

**Batman İli Kùltür ve Turizm Müdürlüğü. (t.y.).** Kùltür ve Turizm Bakanlığı. <https://batman.ktb.gov.tr/>, E.T.: 30.04.2024.

**Batman İli Kùltür Envanteri Projesi Hakkında. (2017)** Batman İli Kùltür Envanteri. <http://www.batmankulturenvanteri.org/>, E.T.:20.04.2024.

**Cesur, Z. (2020).** Destinasyon Pazarlaması Kapsamında Destinasyon Aidiyeti Kavramının İncelenmesi. Balkan&Near Eastern Journal of Social Sciences, 6.

**Coğrafi İşaretler Portalı. (2024).** Türk Patent ve Marka Kurumu. <https://ci.turkpatent.gov.tr/veri-tabani>, E.T.: 29.04.2024.

**Cronjé, D. F. & Du Plessis, E. (2020).** A Review on Tourism Destination Competitiveness. Journal of Hospitality and Tourism Management, 45, 256-265.

**Çınar, F. & Oğuz, M. (2020).** Türkiye'de Covid-19 Pandemisine Yönelik Stratejilerin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi. Sağlık ve Sosyal Refah Araştırmaları Dergisi, 2(2), 1-11.

**Dilek, S. E., Çoban, Ö. & Harman, S. (2017).** Batman İlinde Turizm Gelişiminin Değerlendirilmesi. The Journal of Academic Social Science Studies, 437-455.

**Gürleyen, B. & Çınar, F. (2021).** Türkiye'nin Medikal Turizm SWOT Analizi: Covid-19 Örneğı. Sağlık ve Sosyal Refah Araştırmaları Dergisi, 3(1), 51-60.

**İlçemiz. (t.y.).** Hasankeyf Kaymakamlığı. <http://www.hasankeyf.gov.tr/fotograflarla-ilcemiz>, E.T.: 24.04.2024.

**İlçemiz. (t.y.).** Kozluk Kaymakamlığı. <http://www.kozluk.gov.tr/ilcemiz>, E.T.: 24.04.2024.

**İlçemiz. (t.y.).** Sason Kaymakamlığı. <http://www.sason.gov.tr/ilcemiz>, E.T.: 24.04.2024.

**İllere Göre Tescilli Sit Alanları İstatistiği. (2023).** Kültür ve Turizm Bakanlığı. <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-44974/illere-gore-sit-alanlari-istatistigi.html>, E.T.: 15.04.2024.

**Kiráľová, A. & Pavlíče, A. (2015).** Development of Social Media Strategies in Tourism Destination. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 175, 358-366.

**Küçükkömürler, S., Şirvan, N. B. & Sezgin, A. C. (2019).** Dünyada ve Türkiye’de Gastronomi Turizmi. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 78-85.

**Kültür Varlıkları. (2017).** Batman İli Kültür Envanteri. <http://www.batmankulturenvanteri.org/>, E.T.:20.04.2024.

**Sarıışık, M. & Özbay, G. (2015).** Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 264-278.

**Şehrimiz. (t.y.).** Batman Valiliği. <http://www.batman.gov.tr/sehrimiz>, E.T.: 01.04.2024.

**Terzi, S. (2020).** İnanç Turizmi Kapsamında Destinasyon İmajı: Trabzon İli Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.

**Türkay, O. (2014).** Destinasyon Yönetimi: Yönetimbilim Bakış Açısıyla İşlevler, Yaklaşımlar ve Araçlar. Ankara: Detay Yayıncılık.

**Türkiye Kültür Portalı. (2023).** Kültür ve Turizm Bakanlığı. <https://www.kulturportali.gov.tr/>, E.T.: 15.01.2024.

**TÜRSAB Türkiye Seyahat Acentaları Birliği. (2020).** Covid-19’un Turizme Etkileri ve Batman Turizminin Geleceği. <https://www.tursab.org.tr/assets/assets/uploads/ticaret-odasi/batman.pdf>, E.T.: 10.04.2024.

**UNWTO-United Nations World Tourism Organisation. (2024).** Tourism Highlights. [http:// www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029](http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029), E.T.: 28.04.2024.

**Yakut, M. E. (2022).** Batman İlinin Coğrafya Özellikleri. (Edt.: Demir, İ., Korkmaz, F. & Manap, A.). İçinde: Geçmiş Bugün Gelecek Batman. ss.381-396. Batman: Batman Üniversitesi Yayınları.

**Zengin, B. & Şeyhanlıoğlu, H. Ö. (2019).** Destinasyon Pazarlamasının Yerel Kalkınmaya Etkileri: Şanlıurfa Örneği, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 7(4), 2977-2992.

# **TURİZM VE DESTİNASYON ARAŞTIRMALARI**

**VII**

## **BÖLÜM XII**

---



# POTANSİYEL TÜKETİCİLERİN 3B BASKILI YİYECEKLERE YÖNELİK TUTUMLARININ BELİRLENMESİ: GELENEKSEL Mİ MODERN Mİ?

**Özge ÇAYLAK DÖNMEZ**

Araştırma Görevlisi, Kastamonu Üniversitesi,  
caylakozge.01@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-9394-5139

**Sevgi ÇETİNKAYA**

Lisans Öğrencisi, Kastamonu Üniversitesi,  
sevgicetnkyya@gmail.com, ORCID ID: 0009-0003-1524-8965

## 1. GİRİŞ

Üç boyutlu (3B) baskı teknolojisi son yıllarda hızla gelişmekte olan bir üretim yaklaşımıdır. İnşaat sektöründen dişçiliğe, gıda endüstrisinden eğitime kadar farklı alanlarda kullanılmaktadır (Goyanes ve ark., 2014; Pati ve ark., 2015). Sistem temelinin, bir ürünün 3B bilgisayar tasarım programı kullanarak kontrollü katman üretimi oluşturmaktadır. Sistemde 3B model oluşturulduktan sonra, tasarım bilgisi yazıcıya gönderilmektedir. Yazıcı 3B modeli katmanlara bölerek belirtilen kesit deseninde birleştirerek 3B şekli ortaya çıkarmaktadır (Gibson ve ark., 2009; Galdeano, 2015; Peppel, 2015; Rayna & Striukova, 2016). Genel olarak 3B gıda yazıcıları ekstrüzyon, seçici lazer sinterleme, bağlayıcı püskürtme ve mürekkep püskürtmeli olarak dört gruba ayrılmaktadır (Liu ve ark., 2017). Bunlar arasında ekstrüzyon tabanlı 3B gıda yazıcıları en fazla kullanılan yöntemdir (Gholamipour-Shirazi ve ark., 2020). 3B baskı, gıda üretim sürecinde kişiselleştirilmiş ürünler üretilmesini sağlamaktadır. Bundan dolayı kişiselleştirilmiş gıdaların oluşturulması, beslenmenin dijitalleştirilmesi, tedarik zincirinin basitleştirilmesi ve mevcut gıda malzemeleri yelpazesinin genişletilmesi dâhil olmak üzere potansiyel yararları olduğu söylenmektedir (Liu ve

ark., 2017; Dankar ve ark., 2018). Ayrıca 3B baskılı yiyecekler ile daha az işçilik sonucunda daha düşük maliyetli yiyecekler üretilebilmektedir (Yang ve ark., 2018). 3B baskıda, özel diyetlerde uyulması gereken besin içeriklerini tek seferde kullanabilme imkânı da bulunmaktadır (Rodd ve ark., 2022). Ek olarak, gelecekte restorana bağılı kalmadan tüketiciler 3B gıda yazıcıları ile kişiselleştirilmiş, fonksiyonel yiyecekleri kendi evlerinde hazırlayabilecektir (Tran, 2016). Tüm bu faydalarının yanında 3B baskı sisteminin başarısını tüketici kabulü etkilemektedir. Yeni bir teknoloji kullanılarak yapılan gıdaların başarılı bir şekilde tüketiciler tarafından benimsenmesinde tüketicilerin algısının, ihtiyaçlarının ve endişelerinin dikkatli bir şekilde değerlendirilmesi gerekmektedir. Çünkü tüketiciler yeni yiyecek teknolojilerine şüphe ile yaklaşmaktadır (Popa & Popa, 2012).

3B gıda baskısı nispeten yeni bir tekniktir ve bu nedenle tüketicilerin 3B baskılı gıdaları algılamaları ve kabul etmeleri konusunda araştırma eksikliği bulunmaktadır. Potansiyel tüketiciler olarak Kristal kuşak olarak adlandırılan Z kuşağı belirlenmiştir. Bunun nedenleri teknoloji ile iç içe büyümeleri ve bilgiye çok çabuk ulaşmaları olarak gösterilebilir. Tüketim açısından değerlendirildiğinde ise Z kuşağının yaratıcılıktan zevk alması, yenilik arayışında olması ve farklı kültürlere ilgi duyması olarak açıklanabilir (Altuntuğ, 2012). Çalışma genelinde geleceğin potansiyel tüketicileri olan öğrencilerin bu teknolojiye ve sonuçta ortaya çıkan gıda kavramlarına yönelik tutum oluşumunu ve gelişimini keşfetmeyi amaçlanırken, özelinde ise öğrencilerin geleneksel gıda ürünlerine karşı 3B baskılı ürün tercihlerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca potansiyel tüketicilerin geleneksel gıda ürünlerine kıyasla 3B baskılı gıdalara karşı tutumlarındaki mevcut bilgi boşluğunun doldurulması da amaçlanmaktadır. Ek olarak gıda işleme yöntemlerini öğrenen öğrencilerin, 3B baskılı gıda ürünlerini sürdürülebilir, sağlıklı, işlenmiş ürün ve besin değerlerine yönelik algısının belirlenmesi de çalışmanın amaçları arasındadır. Ulusal yazında 3B yiyecek çalışmalarının genellikle tespit amaçlı olması, gastronomi alanında eğitim gören öğrencilerin geleneksel ürüne kıyasla 3B baskılı

ürünlere karşı tutumlarını belirlemeye yönelik çalışma olmaması çalışmanın önemini ortaya koymaktadır (Cohen ve ark., 2009; Petrovic ve ark., 2011; Lupton & Turner, 2017; Mantihal ve ark., 2019).

## **1.1. İlgili Alanyazın**

### **1.1.1. 3B Baskılı Gıdalara Yönelik Tutum**

Tutum, bireyin belirli bir nesneye (yiyecek) ilişkin genel değerlendirmesini ifade etmektedir (Cialdini ve ark., 1981). 3B baskılı gıdalara karşı olumlu tutuma sahip bireyler, bunu yenilikçi, heyecan verici ve fütürist olarak algılamaktadır. 3B baskılı gıdalara yönelik olumlu bir tutum, bireyin bir ürünü tüketme niyetini arttırabilmektedir. Örneğin; 3B baskılı yiyecekleri sağlıklı ve sürdürülebilir olarak algılayan bireylerin, seçenek sunulduğunda geleneksel olarak üretilmiş gıdalar yerine 3B gıdayı seçme olasılıkları daha yüksektir (Yang ve ark., 2024). Lupton & Turner (2017) tüketicilerin 3B gıdalara yönelik tutumlarını incelemişlerdir. 3B yazdırılmış çeşitli gıdalar 30 panelist tarafından değerlendirilmiştir. Panelistlerin bazılarının 3B baskılı gıdaların bakteri yükünün yüksek olduğunu düşündükleri, bazılarının da renkli mürekkep kullanımı ve plastik malzeme kullanılmasından endişe duydukları sonucuna ulaşılmıştır. 3B gıdalar hakkında önceki bilgi tutumu, tutum da davranışları etkilemektedir. Brunner ve arkadaşları (2018) çalışmalarında 3B hakkında daha fazla fikri olan bireylerin bu yiyecekleri tüketme isteklerinin olumlu yönde olduğunu saptamıştır. Lee ve arkadaşları (2021) tutumun 3B baskılı gıda tüketim davranışını etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Mantihal ve arkadaşları (2019) dokusu değiştirilmiş 3B çikolatanın duyuşal değerlendirme ve tüketici algılarını araştırmışlardır. İki tadım testi bir anket uygulanmıştır. İlk tadım testinde 30 panelistten farklı dolgu oranlarında üç çikolatayı sertlik ve görünüm açısından değerlendirmeleri istenmiştir. İkinci testte de, aynı panelistler 3B tam dolgulu çikolata ve dökme çikolata arasında tercih belirlemişlerdir. Dökme ve 3B çikolata arasında önemli bir fark görülmezken, tüketici algısı noktasında katılımcıların 3B gıdalar hakkında genel bir farkındalığa sahip oldukları

belirlenmiştir. Manstan & McSweeney (2019) 3B ile üretilen köfte, patates püresi, kurabiye ve pizzanın tüketiciler tarafından kabul edilebilirliğini araştırmışlardır. Çalışma sonucunda görüşler üç şekilde açıklanmıştır. 3B ürünleri denemeye istekli olanlar, denemeye heyecan duymayanlar ve 3B gıdaları güvenilir bulmayanlar olarak gruplandırmışlardır. Caulier ve arkadaşları (2020) Hollanda ordusunda yer alan askerlerin 3B gıda algısını araştırmışlardır. 3B ile üretilen bar ve günlük kullanılan barların karşılaştırmasını istemişlerdir. Çalışma sonucunda ilk adımda 3B snack barlara askerlerin algısının nötr olduğu, ancak iki ve daha fazla tüketimde 3B üretilen ürün algısının yükseldiğini bulmuşlardır. şenel ve arkadaşları (2024) 3B baskılı gıdanın boyutları arasındaki ilişkileri Z ve Y kuşaklarının tercihleri yönünde araştırmışlardır. Sonuçta, 3B baskılı gıdalarla sağlıklı ve kişiselleştirilmiş beslenme ile sürdürülebilir beslenme arasında yüksek bir ilişki olduğuna ulaşmışlardır.

## 2. YÖNTEM

3B baskı yöntemi gıda üretimini dijitalleştirmekte ve istenen formda, boyutta ve lezzette kişiselleştirilebilir ürünler sunarak gıda işlemeye yeni bir boyut kazandırmaktadır (Dankar ve ark., 2018). 3B baskı, gıdalara yeni bakış açısı sunarken; bu sistemin başarısı tüketicilerin kabulüne bağlıdır. Hem potansiyel tüketici olmaları hem de farklı gıda işleme sistemlerini öğrenmeleri ve uygulama alanında kullanmalarından dolayı gastronomi ve mutfak sanatları bölümünde eğitim gören öğrencilerin geleneksel ürüne kıyasla 3B gıdalara yönelik tutumlarının belirlenmesi bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Araştırma evrenini Kastamonu Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünde eğitim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Öğrenci sayılarına ilişkin veriler Kastamonu Üniversitesi Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı'ndan elde edilmiştir. Elde edilen verilere göre birinci sınıfta 76, ikinci sınıfta 54, üçüncü sınıfta 54 ve dördüncü sınıfta 71 olmak üzere toplam 255 öğrenci aktif eğitim görmektedir. Çalışma sadece Kastamonu Üniversitesi'ni kapsaması ve evrenin örneklem alacak kadar büyük olmaması

sebebiyle tam sayıma gidilmiştir. Çalışma kapsamında öncelikle dağılmayacak ve şekilsel açıdan bozulmayacak kurabiye reçetesi belirlenmiştir. Katılımcılara aynı tariflerle yapılmış iki kurabiye sunulmuştur. Kurabiyelerden birinin görünümü 3B baskılı bir kurabiyeyi taklit edecek şekilde değiştirilmiştir. Diğer geleneksel kurabiye şeklinde yapılmıştır. Ürünler sunulurken katılımcılara eşleştirilmiş kıyaslama testi ölçeği verilerek doldurulması istenmiştir. Eşleştirilmiş kıyaslama testi ölçeği Milli Eğitim Bakanlığı'nın Gıda Teknolojisi-Duyusal Test Teknikleri isimli modülünden alınmıştır. (MEGEP, 2010: 44-54). Farklılığı belirlemek için eşleştirilmiş T testi analizi yapılmıştır. Araştırmada nicel araştırma yöntemi benimsenmiş olup, veri toplamada anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde cinsiyet demografik sorusu ile eşleştirilmiş kıyaslama testine ilişkin sorular yer almaktadır. İkinci bölümde, katılımcıların 3B gıdalara yönelik tutumlarını içeren Manstan & McSweeney (2019) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Ölçek toplam 19 maddeden oluşmaktadır ve iki madde ters kodlanmıştır. Maddeler düzeltildikten sonra analizler yapılmıştır. Ölçek 5'li Likert olarak kullanılmıştır (5= her zaman, 1= asla). Ölçek araştırmacılar tarafından Türkçeye çevrilmiştir. Tercümeden kaynaklı hatadan arındırmak ve soruların anlaşılabilirliğini arttırmak amacıyla üç öğretim elemanına ardından da on öğrenciye anket soruları incelenmiş ve onların görüşleri doğrultusunda ifadelerde revizyon yapılmıştır. Veriler yüz yüze 20.02.2024-10.03.2024 tarihleri arasında toplanmıştır. Belirlenen amaçlar doğrultusunda elde edilen verilerin analizinde SPSS 23 paket programı yardımıyla betimsel istatistiklerden (yüzde ve frekans) yararlanılmıştır.

**Tablo 1. Kurabiye Hamuru Reçetesi**

| Ürün         | Miktarı       | Ürün          | Miktarı        |
|--------------|---------------|---------------|----------------|
| Tereyağ      | 125 gr        | Kabartma Tozu | 1 paket        |
| Yumurta      | 1 adet        | Vanilya       | 1 paket        |
| Pudra Şekeri | 1 su bardağı  | Nişasta       | 1 su bardağı   |
| Sıvıyağ      | 1 çay bardağı | Un            | 3,5 su bardağı |

**Kaynak:** www.kisikates.com.tr

**Hazırlanışı:** Oda ısısında tereyağı, yumurta ve pudra şekeri karıştırılır. Ardından kalan malzemeler ilave edilir ve ele yapışmayan hamur elde edilir. Hamurdan ceviz büyüklüğünde parçalar koparılır ve yassı şekil verilir. Önceden ısıtılmış 160°C fırında, 15 dakika pişirilir. Çalışmada ürünler geleneksel ve 3 boyutlu olmak üzere iki kalemde hazırlanmıştır. Geleneksel olanlar sadece yuvarlanmıştır. 3B olduğu söylenenlere çatal ile şekil verilmiştir.

### 3. BULGULAR

Araştırma kapsamında panelistlerin demografik özelliklerine ve farklılık analizine ilişkin bilgiler Tablo 2’de gösterilmektedir.

**Tablo 2. Panelistlerin Demografik Özellikleri ve Eşleştirilmiş Kıyaslama Testi**

| <b>Eşlenmiş<br/>Kıyaslama<br/>Testi</b> | <b>Frekans</b> | <b>Yüzde</b> | <b>Farklılık</b> | <b>Frekans</b> | <b>Yüzde</b> |
|-----------------------------------------|----------------|--------------|------------------|----------------|--------------|
| A (Geleneksel)                          | 136            | 53,3         | Var              | 116            | 45,5         |
| B (3B)                                  | 119            | 46,7         | Yok              | 139            | 54,5         |
| Toplam                                  | 255            | 100          | Toplam           | 255            | 100          |
| <b>Farklılığın<br/>Derecesi</b>         | <b>Frekans</b> | <b>Yüzde</b> | <b>Cinsiyet</b>  | <b>Frekans</b> | <b>Yüzde</b> |
| Hafif                                   | 115            | 45,1         | Kadın            | 146            | 57,3         |
| Orta                                    | 81             | 31,8         | Erkek            | 109            | 42,7         |
| Fazla                                   | 54             | 21,2         | Toplam           | 255            | 100          |
| Çok fazla                               | 5              | 2,0          |                  |                |              |
| Toplam                                  | 255            | 100          |                  |                |              |

Tablo 2’de görüldüğü üzere panelistlerin çoğunu %57,3 ile kadınlar oluşturmaktadır. Katılımcılar en beğenilen ürün olarak A (geleneksel) kurabiyesini tercih etmişlerdir. Geleneksel ve 3B olduğu söylenen kurabiyeler arasında %54,5 katılımcı fark olmadığını, %45,5 ise farklılık olduğunu, %45,1 katılımcı farklılığın derecesini hafif olarak değerlendirilmiştir. Katılımcıların 3B gıdalara yönelik tutumlarını belirlemeyi amaçlayan 19 ifadeden oluşan ölçeğin Kaiser-Meyer-Olkin değeri ,888 ve varyansı açıklama oranı %65,775 olarak saptanmıştır. Ölçeğe ilişkin ortalama, standart sapma ve güvenilirlik değerleri Tablo 3’de sunulmuştur. Ölçeğin güvenilirlik katsayısı incelendiğinde Cronbach’s Alpha değerinin 0,902

olduğu görülmektedir. Buna göre ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğu söylenebilir (Hair ve ark., 2010: 92).

**Tablo 3. Katılımcıların 3B Gıdalara İlişkin Bulguları (n=255)**

| Ölçek İfadeleri                                                                                                                                          | Ort. | S. Sapma | Cronbach's Alpha |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----------|------------------|
| 1. 3B baskılı yiyecekleri denerim.                                                                                                                       | 3,87 | ,78      | ,902             |
| 2. Yiyeceklerin basılması, gıdaların sürdürülebilirliğini artırabilir.                                                                                   | 3,56 | ,98      |                  |
| 3. 3B baskı yemekler mide bulandırıcıdır.(R)                                                                                                             | 3,53 | 1,1      |                  |
| 4. 3B baskı gıdalarının tüketilmesi güvenlidir.                                                                                                          | 3,58 | ,89      |                  |
| 5. 3B baskılı gıdalar işlenmiş gıdalardır.                                                                                                               | 3,42 | 1,0      |                  |
| 6. 3B baskılı gıdalar çevre dostudur.                                                                                                                    | 3,72 | ,88      |                  |
| 7. 3B baskılı yiyecekleri yemem. (R)                                                                                                                     | 3,18 | 1,2      |                  |
| 8. 3B baskılı gıdalar sağlık için faydalıdır.                                                                                                            | 3,39 | ,94      |                  |
| 9. 3B baskı, yeni gıdaların geliştirilmesine izin veren harika bir modern teknolojidir.                                                                  | 3,69 | ,91      |                  |
| 10. Gelecekte 3B baskılı yiyecekleri deneyeceğim için heyecanlıyım.                                                                                      | 3,75 | ,94      |                  |
| 11. Kişiselleştirilmiş 3B baskılı gıdalar fikrini seviyorum (bireyin ihtiyaçları, alerjileri, intoleransları, tercihleri vb. için özel olarak yapılmış). | 3,71 | ,93      |                  |
| 12.3B baskılı yiyecekler alırım.                                                                                                                         | 3,67 | ,88      |                  |
| 13. Ev kullanımı için bir 3B gıda yazıcısı alırım.                                                                                                       | 3,33 | 1,1      |                  |
| 14. 3B baskı gıda, gıda maliyetini düşürmeye yardımcı olabilir.                                                                                          | 3,51 | 1,05     |                  |
| 15. 3B gıda baskısı gelecekte bize fayda sağlayacak.                                                                                                     | 3,58 | ,90      |                  |
| 16. 3B baskılı bir ürün kişiselleştirilmiş beslenmeye izin verir.                                                                                        | 3,63 | ,90      |                  |
| 17. 3B baskılı ürünler yemek israfını azaltacaktır.                                                                                                      | 3,64 | ,92      |                  |
| 18. Ben yemeklerimi ön pişirmeye maruz bırakmadan, en baştan kendim yaparım.                                                                             | 3,67 | ,97      |                  |
| 19. Yemekleri ön hazırlığa maruz bırakmadan pişirmek daha sağlıklıdır.                                                                                   | 3,51 | ,99      |                  |

Tablo 3'den katılımcıların 3B gıdaları denemeye istekli (3,87) oldukları ve 3B gıdaları deneyecekleri için heyecanlı oldukları (3,75) görülmektedir. Aynı zamanda katılımcıların 3B gıdaları çevre dostu (3,72) olarak görmekte ve sürdürülebilirliği arttıracığına (3,56) inanmaktadırlar. Katılımcıların 3B baskılı yiyecekler almaya istekleri (3,67) daha yüksek iken, makine almaya istekleri daha (3,33) düşüktür. Aynı zamanda katılımcılar 3B baskılı gıdaların gıda maliyetini düşürmeye yardımcı olacağı (3,51) ve gelecekte bize fayda sağlayacağı (3,58) yönünde düşünceleri daha ılımlıdır.

#### 4. SONUÇLAR, TARTIşMA VE ÖNERİLER

3B baskı gıda endüstrisinde büyük bir potansiyele sahiptir. 3B baskı teknolojisi tüketicilere kişiselleştirilmiş gıda ürünleri sunarken; üreticilere de çok çeşitli alternatif gıda bileşenleri kullanarak yeni geliştirilmesi, üretim sürecinin modernizasyonu ve çevre dostu üretim imkânı sağlamaktadır. Çalışmada öğrencilerin geleneksel gıda ürünlerine karşın 3B baskılı ürün tercihlerinin belirlenmesi ve 3B teknolojisini, 3B baskılı gıda ürünlerini nasıl algıladıklarının (sürdürülebilir, sağlıklı, işlenmiş ürün ve besin değerleri) tespiti de amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda katılımcıların 3B üretime ve 3B gıdalara açık oldukları ancak 3B ürüne kıyasla geleneksel ürünleri tercih ettikleri belirlenmiştir. Ürünler arasında farklılık olduğu ve farklılığın hafif ve orta düzeyde olduğu belirlenmiştir. Bunun nedeni olarak ürün boyutlarının aynı olması, aynı ısı ve zamanda pişmeleri olarak görülmüştür. Katılımcıların 3B gıda yerine geleneksel ürünleri tercih etmelerine karşın 3B gıdaları denemeye istekli oldukları ve 3B gıdaları deneyecekleri için heyecanlı oldukları görülmektedir. Çalışma sonucunda, katılımcıların 3B baskının yeni gıdaların geliştirilmesine olanak tanıyan harika bir modern teknoloji olduğuna, gelecekte bize fayda sağlayacağına, yiyecek maliyetini ve yemek israfını azaltacağına, gıdaların sürdürülebilirliğini arttırabileceğine inandıkları ve çevre dostu olarak gördükleri tespit edilmiştir. Bu sonuçlar Berman ve ark., (2012), Lupton & Turner (2016) Tran (2016), Manstan ve ark. (2020) ve Şenel ve ark., (2024) sonuçları ile örtüşmektedir. 3B baskılı bir ürünün kişiselleştirilmiş beslenmeye izin verdiği ve kişiselleştirilmiş 3B gıdalar fikrinin sevildiği çalışma sonucunda tespit edilmiştir. Bu sonuç Aguilera & Park (2016) ve Manstan & McSweeney (2019) sonuçları ile örtüşmektedir. Katılımcıların 3B baskılı yiyecekler almaya istekleri daha yüksek iken, makine almaya istekleri daha düşüktür. Ancak çalışma sonucunda ortaya çıkan katılımcıların ev kullanımı için 3B yazıcısı almaya isteksiz oldukları sonucu da Dankar ve arkadaşları (2018) sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Ayrıca katılımcıların 3B gıdaları işlenmiş gıda olarak nitelendirdikleri görülmüştür. Bu sonuç Shaviklo ve arkadaşları

(2013), Verneau ve arkadaşları (2014) ile Brunner ve arkadaşlarının (2017)'nin yaptıkları çalışmaların sonuçları ile örtüşmektedir. Gelecekteki çalışmalara yöresel yiyecek reçete çalışmalarının 3B olarak geliştirilmesi önerilebilir. Bu şekilde işlenmiş gıda düşüncesi tekrar araştırılarak işlenmiş gıda algı seviyesi tekrar araştırılabilir.

## TEŞEKKÜR

***Çalışma Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı 2022/2-1919B012222473 numarası ile desteklenmiştir.***

## 5. KAYNAKÇA

**Altuntuğ, N. (2012).** Kuşaktan Kuşağa Tüketim Olgusu ve Geleceğin Tüketici Profili. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 4(1), 203-212.

**Berman, B., Zarb, F. G. & Hall, W. (2012).** 3-D Printing: The New Industrial Revolution. Business Horizons, 55(2), 155-162.

**Brunner, T. A., Delley, M. & Denkel, C. (2018).** Consumers' Attitudes and Change of Attitude Toward 3D-Printed Food. Food Qual Prefer, 68, 389-396.

**Caulier, S., Doets, E. & Noort, M. (2020).** An Exploratory Consumer Study of 3D Printed Food Perception in A Real-Life Military Setting. Food Quality and Preference, 86, 104001.

**Cialdini, R. B., Petty, R. E. & Cacioppo, J. T. (1981).** Attitude and Attitude Change. Annual Review of Psychology, 32(1), 357-404.

**Cohen, D. L., Jeffrey, I. L., Cutler, M., Coulter, D., Vesco, A. & Lipson, H. (2009).** Hydrocolloid Printing: A Novel Platform for Customized Food Production. In: Proceedings of Solid Freeform Fabrication Symposium, USA, Austin.

**Dankar, I., Haddarah, A., Omar, F. E. L., Sepulcre, F. & Pujola, M. (2018).** 3D Printing Technology: The New Era for

Food Customization and Elaboration. Trends Food Science Technology, 75, 231-242.

**Galdeano, L. (2015).** 3D Printing Food: The Sustainable Future. Kaunas University of Technology. [https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/26399/Mater Thesis, pdf](https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/26399/Mater%20Thesis.pdf), E.T: 02.02.2024.

**Gibson, I., Rosen, D. & Stucker, B. (2009).** Design for Additive Manufacturing. In: Additive Manufacturing Technologies. pp.399-435. New York: Springer.

**Gholamipour-Shirazi, A., Kamlow, M. A., Norton, I. T. & Mills, T. (2020).** How to Formulate for Structure and Texture via Medium of Additive Manufacturing-A Review. Foods, 9(4).

**Goyanes, A., Buaz, A. B., Basit, A. W. & Gaisford, S. (2014).** Fused-Filament 3D Printing (3DP) for Fabrication of Tablets. International Journal of Pharmaceutics, 476(1-2), 88-92.

**Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. C. & Anderson R. E. (2010).** Multivariate Data Analysis. UK: Prectice Hall.

<https://www.kisikates.com.tr/koleksiyon/tatli-kurabiye-tarifleri-67>, E.T.: 12.01.2024.

**Lee, K. H., Hwang, K. H., Kim, M. & Cho, M. (2021).** 3D-Printed Food Attributes and Their Roles within the Value-Attitude-Behavior Model: Moderating Effects of Food Neophobia and Food Technology Neophobia. Journal of Hospitality Tourism Management, 48, 46-54.

**Liu, Z., Zhang, M., Bhandari, B. & Wang, Y. (2017).** 3D Printing: Printing Precision and Application in Food Sector. Trends in Food Science&Technology, 69, 83-94.

**Lupton, D. & Turner, B. (2017).** Both Fascinating and Disturbing: Consumer Responses to 3D Food Printing and Implications for Food Activism, In: Digital Food Activism. (Schneider, T., Eli, K. Dolan, C. & Ulijaszek, S.). pp.150-167. UK: Taylor&Francis.

**Mantihal, S., Prakash, S. & Bhandari, B. (2019).** Texture-Modified 3D Printed Dark Chocolate: Sensory Evaluation and Consumer Perception Study. *Journal Texture Studies*, 50, 386-399.

**Manstan, T. & McSweeney, M. B. (2019).** Consumers' Attitudes Towards and Acceptance of 3D Printed Foods in Comparison to Conventional Food Products. *International Journal of Food Science&Technology*, 55, 323-331.

**MEGEP. (2010).** Duyusal Test Teknikleri. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.

**Pati, F., Ha, D. H., Jang, J., Han, H. H., Rhie, J. W. & Cho, D. W. (2015).** Biomimetic 3D Tissue Printing for Soft Tissue Regeneration. *Biomaterials*, 62, 164-175.

**Peppel, C. (2015).** 3D Food Printing. Unpublished Master Thesis. pp.1-2. Netherlands: Wageningen University.

**Petrovic, V., Vicente Haro Gonzalez, J., Jordá Ferrando, O., Delgado Gordillo, J., Ramón Blasco Puchades, J. & Portolés Griñan, L. (2011).** Additive Layered Manufacturing: Sectors of Industrial Application Shown Through Case Studies. *International Journal of Production Research*, 49(4), 1061-1079.

**Popa, M. E. & Popa, A. (2012).** Consumer Behavior: Determinants and Trends in Novel Food Choice. *Novel Technologies in Food Science: Their Impact on Products. Consumer Trends and the Environment*, 7, 137-156.

**Rayna, T. & Striukova, L. (2016).** From Rapid Prototyping to Home Fabrication: How 3D Printing is Changing Business Model Innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 102, 214-224.

**Rodd, B. G., Tas, A. A. & Taylor, K. D. A. (2022).** Dysphagia, Texture Modification, the Elderly and Micronutrient Deficiency: A Review. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 62(26), 7354-7369.

**Shaviklo, G. R., Thorkelsson, G., Sveinsdottir, K. & Pourreza, F. (2013).** Studies on Processing, Consumer Survey and Storage Stability of A Ready-To-Reconstitute Fish Cutlet Mix. *Journal of Food Science and Technology*, 50, 900-908.

**Şenel, P., Turhan, H. & Sezgin, E. (2024).** The Relations Among the Dimensions of 3D-Printed Food: A Case of Z and Y Generations' Preferences. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*.

**Tran, J. L. (2016).** 3D-Printed Food. *Minnesota Journal of Law, Science&Technology*,17, 855.

**Verneau, F., Caracciolo, F., Coppola, A. & Lombardi, P. (2014).** Consumer Fears and Familiarity of Processed Food. The Value of Information Provided by the FTNS. *Appetite*, 73, 140-146.

**Yang, F., Zhang, M., Bhandari, B. & Liu, Y. (2018).** Investigation on Lemon Juice Gel as Food Material for 3D Printing and Optimization of Printing Parameters. *Lwt*, 87, 67-76.

**Yang, M., Gao, J. & Yang, Q. (2024).** Modeling the Intention to Consume and Willingness to Pay Premium Price for 3D-Printed Food in an Emerging Economy. *Humanit Social Science Commun*, 11, 274.

# **TURİZM VE DESTİNASYON ARAŞTIRMALARI**

**VII**

## **BÖLÜM XIII**

---



# **GASTRONOMİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRME: AROMA MADDESİ OLARAK MÜRVER ÇİÇEĞİ**

**Özge ÇAYLAK DÖNMEZ**

Araştırma Görevlisi, Kastamonu Üniversitesi,  
caylakozge.01@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-9394-5139

**İrem Gül ÖZDAMAR**

Lisans Öğrencisi, Kastamonu Üniversitesi,  
iremgulozdamar@gmail.com, ORCID ID: 0009-0005-4933-6861

## **1. GİRİŞ**

Yiyeceklerin tüketiciler tarafından kabul görmesinde duyuusal özellikler önem taşımaktadır. Duyusal özellikler arasında aroma, tüketici tercihini belirlemesi dolayısıyla öne çıkmaktadır. Aroma maddeleri lezzeti iyileştirmek veya istenmeyen koku ya da tadı bastırmak amacıyla kullanılmaktadır. Yüksek aroması nedeniyle vanilya yiyecek içecek endüstrisinde sıklıkla tercih edilmektedir. Ancak üretim sürecinde uygulanan yüksek sıcaklık ve depolama vanilyada aroma kaybı yaşanmasına neden olmaktadır. Ayrıca belirli bölgede üretildiği için ülkemizde yüksek fiyatta satışa sunulmaktadır. Kara mürver çiçeği Kastamonu'da doğal olarak yetişen bir bitkidir ve atıl durumda bulunmaktadır. Hoş kokusu ve yumuşak tadı dolayısıyla mürver çiçeğinin vanilya yerine kullanıp kullanılmayacağının belirlenmesi çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bu çalışmada, sütlaç, vanilyalı dondurma, vanilyalı kurabiye ve vanilyalı puding gibi tarifler mürver çiçeği bitkisine göre revize edilerek standart reçeteleri oluşturulmaya çalışılmıştır. Literatür çalışmalarında mürverin ve mürver çiçeğinin genellikle etken madde özellikleri ve sağlık üzerine etkilerinin çalışıldığı görülmüştür (Hearst ve ark., 2010; Anton ve ark., 2013; Mahmoudi ve ark., 2014; Meriçli, 2017; Porter & Bode, 2017; Costica ve ark., 2019; Göldağ ve ark.,

2022). Mürver çiçeği ile ilgili reçete geliştirme çalışmasına literatürde rastlanmaması çalışmanın özgün değerini ortaya koymaktadır.

## 1.1. İlgili Alanyazın

### 1.1.1. Mürver

Mürver (*Sambucus nigra*) Caprifoliaceae familyasına ait üzümsü bir bitkidir. Tür sayısı belirli değildir ancak kaynaklarda yaklaşık 40 türü olduğu belirtilmektedir. 13-14 derece sıcaklıkta ve nemli topraklarda yetişmektedir. Anavatanı Avrupa ve Batı Asya olmakla beraber, Almanya, Çek Cumhuriyeti, Danimarka ve Romanya gibi ülkelerde de yetiştiği bilinmektedir (Atkinson & Atkinson, 2002; DüNDAR, 2009; Charlebois ve ark., 2010). Türkiye’de iki mürver türü yetişmektedir. Bunlar; ağaç mürver (*Sambucus nigra*) ve bodur mürverdir (*Sambucus ebulus*). Ağaç mürver kışın yaprak döken ve yaklaşık 8m uzayan bir ağaç çeşididir. Dalları genellikle açık gri renklidir ve dallarının içi boştur. Ağaç yaprakları kısa saplı, oval şekilde ve çift yaprakçıktan oluşur. Yapraklar ağır ve kötü kokuludur. Çiçekleri krem rengi şemsiye şeklinde açmaktadır. Meyvelerinin iç sulu kısmı kan kırmızı, dışı ise siyaha çalan mor renktedir. Dünya’da Batı Suriye, Irak ve Avrupa’da, Türkiye’de ise, Batı ve Kuzey Anadolu’da görülmektedir (Davis, 1972; Namıkoğlu, 2008; Arslanoğlu ve ark., 2019). Bodur mürver ise, Lübnan ve Horasan’da dağılım göstermektedir. Türkiye’de Yukarı Sakarya ve Antalya çevresinde yetişmektedir. Bodur mürver en çok 2m uzayabilen, her yıl ilkbaharda yeşerip sonbaharda ölen otsu bir bitkidir. Bodur mürverlerin de yaprakları çift yaprakçıklardan oluşmakta, krem rengi çiçek açmaktadır. Çiçekler meyve verdiği zaman morumsu salkım şeklinde meyve vermektedir. Ağaç mürverden farkı, iç ve dış rengi siyaha çalan morder (Namıkoğlu, 2008).

Mürver meyvesine siyaha çalan mor rengini flavonoller vermektedir. Ayrıca, fenolik asit ve polifenollerini içermektedir. Mürver antioksidan özellik taşıyan polifenol içeriği ile tıbbi özellik göstermektedir. Alternatif tıpta, mürver birçok hastalığın tedavisinde kullanılmıştır (Anton ve ark., 2013; Sidor &

Gramza-Michalowska, 2015). Mürverin müsil etkisi olduğu hazımsızlıkta kullanıldığı bilinmektedir. Müsil olarak, mürver meyvesi bal ile karıştırılarak kullanılmıştır (Baytop, 1999). Mürver meyve ve çiçekleri ateş düşürücü olarak, romatizma tedavisinde, boğaz ve karın ağrıları tedavisinde de kullanılmıştır (Allen & Hatfield, 2004; Zakay-Rones ve ark., 2004; Şar, 2011). Zakay- Zone ve arkadaşları (2004) tarafından yapılan çalışmada mürver şurubu içen gripli hastaların %90'ının gün sonunda iyileştikleri görülmüştür. Macit (2020) ise Covid-19 salgınında üst solunum yolu tedavisinden dolayı kara mürver ekstratının tüketiminin arttığını belirtmiştir. Mürver içeriğindeki ürik asit ve glutatyon kan plazmasındaki antioksidan enzimlerini arttırmakta ve stresin azalmasına yardım etmektedir (Ciocoiu ve ark., 2010). Mürverin polifenol içeriği ile kolesterol seviyesini de azaltmakta, damar hastalıklarına karşı koruyucu olarak kullanılmaktadır (Moroşanu ve ark., 2011). Tüm bu faydalarına karşı mürverin dikkatli kullanılması gerekmektedir. Isıl işlemten sonra tüketilmesi önerilmektedir. Olgunlaşmamış meyveleri çiğ olarak tüketildiğinde mide bulantısı, baş ağrısı, kusma ve ishale neden olmaktadır. Isıl işlem mürver içerisindeki sambanigrini çürüterek zehirlenmeyi engellemektedir. Toksitesi hakkında yeterli bilgi olmamasından dolayı 18 yaş altı bireylerin, hamile ve emziren kadınların tüketmemesi önerilmektedir (Jensen & Nielsen, 1973; Williamson ve ark., 2009).

Genel olarak mürverin antik dönemden itibaren kullanıldığı yapılan arkeolojik kazı sonuçları ile ortaya konmuştur. Bu kazılar ile hem sosyal yaşamda hem de endüstriyel olarak kullanıldığı fikrini ortaya çıkarmıştır. Çeşitli hastalıklar için ilaç yapımında, laboratuvar malzemeleri üretiminde ve yemek sanayiinde mürverden faydalanılmıştır. Mürver türlerinin yaprakları, dalları, meyveleri ve çiçekleri beslenmede amacıyla kullanılmıştır. Mürver meyveleri reçel yapımında kullanıldığı bilinmektedir. Yücel ve arkadaşları (2013) Erzincan'da mürver çiçeklerinden reçel yapıldığı, Kemaliye bölgesinde yaygın olarak tüketildiğini çalışmasında belirtmiştir. Ayrıca, mürverin Avrupa ve Kuzey Amerika'da

meyve suları, kuru meyveleri ve püre hali satılmaktadır (Olgun ve ark., 2012). Mürver çiçekleri sirke yapımında kullanılırken, yaprak ve dalları hayvanların beslenmesinde kullanılmıştır (Valles ve ark., 2004).

## 2. YÖNTEM

Kara mürver çiçeği Kastamonu’da doğal olarak yetişen bir bitkidir ve yerel halk tarafından bilinmemektedir. Ancak çalışmalarda mürver çiçeğinin antioksidan, antiinflamatuvar ve antimikrobiyal etkilere sahip olduğu ortaya konmuştur. Hoş kokusu ve yumuşak tadı dolayısıyla mürver çiçeğinin vanilya yerine aroma maddesi olarak kullanıp kullanılmayacağının belirlenmesi çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Sütlaç, vanilyalı dondurma, vanilyalı kurabiye ve vanilyalı puding gibi tarifler mürver çiçeği bitkisine göre revize edilerek standart reçetesi oluşturulmaya çalışılmıştır. İki aşamalı değerlendirme süreci izlenmiştir. Öncelikle mürver çiçekleri farklı oranlarda kullanılarak ürünler geliştirilmiştir. Akabinde geliştirilen ürünlerin eğitimli panelistler tarafından duyusal analizi yapılmıştır. En çok beğenilen örnek üzerinden standart reçete tespiti sağlanmıştır. Araştırma örneklem grubunu duyusal analiz konusunda eğitim almış, eğitimli panelistler (8) temsil etmektedir. Duyusal analiz için hazırlanmış olan ölçekte iki bölüm bulunmaktadır. Birinci bölümde demografik bilgiler, ikinci bölümde ise görünüş, koku, doku, kıvam ve genel beğeni düzeyi olmak üzere duyusal analiz ifadeleri yer almaktadır. Veriler yüz yüze 02.01.2024-10.01.2024 tarihleri arasında toplanmıştır. Verilerin analizinde SPSS 23 programından faydalanılmıştır.

### 2.1. Ürünlerin Reçeteleri

**Tablo 1. Dondurma**

| <b>Vanilyalı Dondurma</b> | <b>Mürver Çiçekli Dondurma</b> |
|---------------------------|--------------------------------|
| 2 yumurta                 | 2 yumurta                      |
| Yarım su bardağı şeker    | Yarım su bardağı şeker         |
| 1,5 su bardağı süt        | 1,5 su bardağı süt             |
| 1 paket vanilya           | 1 paket vanilya                |
| 2 poşet krem şanti        | <b>3 gr mürver çiçeği</b>      |

Mürver çiçeğinden dondurma yapım aşamasında ilk olarak 10, 12 ve 15 gr mürver çiçeği kullanılarak ürün denemesi yapılmıştır. Ancak ürüne mürver önce tatlımsı sonrasında acı bir tat bırakmıştır. Sonrasında aynı tarif 5 ve 6 gr mürver çiçeği ile denenmiştir. Mürver tadının ferahlık verdiği ve azaltılması gerektiği tespit edilmiştir. Bunlardan dolayı dondurma 1, 2 ve 3 gr mürver çiçeği ile tekrar denenmiştir. Araştırma kapsamında hazırlanan ürünler; D1, D2 ve D3 şeklinde kodlanmıştır.

**Tablo 2. Sütlaç**

| <b>Sütlaç</b>                     | <b>Mürver Çiçekli Sütlaç</b> |
|-----------------------------------|------------------------------|
| 1 kg süt                          | 2 yumurta                    |
| 1 su bardağından biraz az şeker   | Yarım su bardağı şeker       |
| 1 çay bardağından az pirinç       | 1,5 su bardağı süt           |
| 2,5 yemek kaşığı buğday nişastası | <b>2 gr mürver çiçeği</b>    |
| 2 paket vanilya                   | 2 poşet krem şanti           |

Sütlaç yapımında sütlaç temel malzemeleri baz alınarak sadece mürver çiçeği gramajlandırılmıştır. Bu kapsamda temel malzemelere ek olarak 4, 5 ve 6 gram mürver çiçeği ilave edilmiştir. Ancak kaynama noktasında eklendiği için mürver aroması yoğun olarak sütlaça tadını bırakmıştır. Aynı temel malzemelere ek olarak mürver çiçeği aynı gramajlarda sütlaç kaynadıktan sonra eklenmiştir. Tadına tekrar bakılmıştır. Aynı sorun bu teknikte de kendini göstermiştir. Mürver çiçeği azaltılmış ve ürün tekrar denenmiştir. 2, 3 ve 3,5 gram mürver çiçeği eklenerek sütlaç tekrar yapılmıştır. Araştırma kapsamında hazırlanan ürünler; S200, S300 ve S350 şeklinde kodlanmıştır.

**Tablo 3. Puding**

| <b>Vanilyalı Puding</b>  | <b>Mürver Çiçekli Puding</b> |
|--------------------------|------------------------------|
| 3 su bardağı süt         | 3 su bardağı süt             |
| 1,5 çay bardağı şeker    | 1,5 çay bardağı şeker        |
| 1,5 yemek kaşığı nişasta | 1,5 yemek kaşığı nişasta     |
| 1 yemek kaşığı un        | 1 yemek kaşığı un            |
| 1 paket vanilya          | <b>2,3 gr mürver çiçeği</b>  |
| 1 yemek kaşığı tereyağ   | 1 yemek kaşığı tereyağ       |

Araştırma kapsamında yapılan sütlaç ve dondurma örneklerinden sonra pudingde 2, 2.5 ve 3 gram mürver çiçeği kullanılmıştır. Ancak yapılan puding ev yapımı olduğu için mürver çiçeği tadını hızlıca pudinge bırakmıştır. Bu nedenle 2,

2.2 ve 2.3 gram mürver çiçekli puding denenmiştir. Araştırma kapsamında hazırlanan ürünler; P200, P220 ve P300 şeklinde kodlanmıştır. İkinci aşamada yapılan ürünlerin tadımı panelistlere yaptırılmıştır.

**Tablo 4. Kurabiye**

| <b>Vanilyalı Kurabiye</b>     | <b>Mürver Çiçekli Kurabiye</b> |
|-------------------------------|--------------------------------|
| 150 gr tereyağ                | 150 gr tereyağ                 |
| 1,5 çay bardağı pudra şekeri  | 1,5 çay bardağı pudra şekeri   |
| 1 adet yumurta                | 1 adet yumurta                 |
| 1 paket vanilya               | <b>2,2 gr mürver çiçeği</b>    |
| 2 yemek kaşığı dolusu nişasta | 2 yemek kaşığı dolusu nişasta  |
| 3 su bardağı un               | 3 su bardağı un                |
| 1 çay kaşığı kabartma tozu    | 1 çay kaşığı kabartma tozu     |

Ürün geliştirmenin son aşamasında mürver çiçekli kurabiye yapılmıştır. Önceki denemelerden dolayı 2 gr ve üzeri mürver çiçeği kurabiye hamuruna eklenmiştir. 2, 2.5 ve 3 gr mürver çiçeği konularak ürün geliştirmenin ilk aşaması tamamlanmıştır. Ürün pişirilmeden önce mürver çiçeği eklendiği için mürver acı tadını kurabiyeye bırakmıştır. İkinci aşamada 2, 2.2 ve 2.3 gr mürver çiçeği kurabiyeye eklenmiştir. Araştırma kapsamında hazırlanan ürünler; K200, K220 ve K230 şeklinde kodlanmıştır. İkinci aşamada yapılan ürünler panelistlere sunulmuştur.

### 3. BULGULAR

Araştırma kapsamında panelistlerin demografik özelliklerine Tablo 5'de yer verilmiştir. Tabloya göre eğitilmiş panelistlerin çoğu kadındır. Eğitim seviyesine göre eğitimli panelist katılım sayısı eşit seviyededir. Katılımcılar arasında 18-24 yaş aralığında dört kişi (%50) bulunurken 3 kişi de 25-34 yaş aralığındadır.

**Tablo 5. Panelistlerin Demografik Özellikleri**

| <b>Cinsiyet</b>      | <b>Frekans</b> | <b>Yüzde%</b> |
|----------------------|----------------|---------------|
| Erkek                | 3              | %37,5         |
| Kadın                | 5              | %62,5         |
| <b>Eğitim Durumu</b> | <b>Frekans</b> | <b>Yüzde%</b> |
| Lisans               | 4              | %50           |
| Lisansüstü           | 4              | %50           |
| <b>Yaş</b>           | <b>Frekans</b> | <b>Yüzde%</b> |
| 18-24                | 4              | %50           |
| 25-34                | 3              | %37,5         |
| 35 ve üzeri          | 1              | %12,5         |

### 3.1. Duyusal Analiz Bulguları

**Tablo 6. Mürver Çiçekli Dondurma**

|                | Duyusal Özellikler                     | D1          | D2          | D3          |
|----------------|----------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Görünüş</b> | İlk İzlenim (Çok Kötü-Çok İyi)         | 2,46        | 3,20        | 2,37        |
|                | Dondurmanın Rengi (Çok Açık-Çok Koyu)  | 4,62        | 4,12        | 1,55        |
|                | Yoğunluk (Çok Açık-Çok Yoğun)          | 3,00        | 4,73        | 2,75        |
| <b>Doku</b>    | Homojenlik (Homojen Değil-Homojen)     | 4,25        | 4,25        | 4,12        |
|                | Ağızda Sıvanan Yapı (Hiç Yok- Çok Var) | 2,75        | 3,5         | 1,70        |
| <b>Koku</b>    | Yumurta Kokusu (Hiç Yok-Çok Var)       | 3,87        | 1,62        | 2,17        |
|                | Mürver Çiçeği Kokusu (Hiç Yok-ÇokVar)  | 1,62        | 2,25        | 2,5         |
|                | Krem Şanti (Hiç Yok-Çok Var)           | 2,25        | 2,375       | 2,5         |
| <b>Kıvam</b>   | Mürver Çiçeği (Hiç Yok- Çok Var)       | 3,78        | 4,00        | 4,67        |
|                | Tatlılık Oranı (Çok Az-Çok Fazla)      | 4,52        | 4,25        | 3,22        |
|                | <b>GENEL BEĞENİ</b>                    | <b>2,06</b> | <b>3,89</b> | <b>2,96</b> |

Alternatif tarifle denenmiş dondurmanın görünüş açısından ölçümlmelerinde, ilk izlenim D1 ve D3 düşük değerlere, D2'de orta değerlere sahiptir. D1 numaralı dondurma çok açık bulunurken, D3 kodlu dondurma çok koyu bulunmuştur. D1 ve D2 kodlu dondurmaların homojenliği eşit bulunurken, ağızda sıvanan yapı D2'de orta bulunmuştur. D1 kodlu dondurmada yumurta kokusu yüksek iken, mürver çiçeği kokusu D3'de daha fazladır. Kıvam açısından D1 kodlu ürün daha yoğun bulunmuştur. Genel beğeniye bakıldığında D2 kodlu dondurma beğenilmiştir.

**Tablo 7. Mürver Aromalı Sütlaç**

|                | Duyusal Özellikler                     | S200        | S300        | S350        |
|----------------|----------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Görünüş</b> | İlk İzlenim (Çok Kötü-Çok İyi)         | 2,65        | 3,50        | 3,37        |
|                | Sütlacın Rengi (Çok Açık-Çok Koyu)     | 4,37        | 3,94        | 2,08        |
| <b>Doku</b>    | Ağızda Sıvanan Yapı (Hiç Yok- Çok Var) | 2,25        | 3,25        | 2,5         |
|                | Mürver Kokusu (Hiç Yok-ÇokVar)         | 2,82        | 2,25        | 3,61        |
| <b>Lezzet</b>  | Süt (Hiç Yok- Çok Var)                 | 3,92        | 2,30        | 1,53        |
|                | Nişasta Kokusu (Hiç Yok-Çok Var)       | 1,45        | 1,87        | 0,96        |
| <b>Kıvam</b>   | Mürver Çiçeği (Hiç Yok-Çok Var)        | 2,55        | 3,63        | 4,05        |
|                | Nişasta Tadı (Hiç Yok- Çok Var)        | 2,03        | 1,25        | 0,68        |
|                | Tatlılık Oranı (Çok Az-Çok Fazla)      | 3,68        | 3,89        | 3,53        |
|                | <b>GENEL BEĞENİ</b>                    | <b>2,92</b> | <b>4,00</b> | <b>3,75</b> |

Mürver aromalı sütlaç değerlendirmelerinde S200 kodlu sütlacın rengi çok açık bulunurken, doku açısından S300 kodlu sütlacın ağızda sıvanan yapısı orta düzeyde olduğu tespit

edilmiştir. Lezzet açısından S350 kodlu sütlaçta mürver kokusu bulunurken, S200 kodlu sütlaçta süt kokusu yüksek olarak saptanmıştır. Kıvama bakıldığında S350 kodlu sütlaçta mürver çiçeği oldukça yüksektir. S300 kodlu sütlaç tatlı bulunmuştur. S300 kodlu sütlaç en beğenilen sütlaç olmuştur.

**Tablo 8. Mürver Çiçekli Puding**

|                     | Duyusal Özellikler                     | P200        | P220        | P230        |
|---------------------|----------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Görünüş</b>      | İlk İzlenim (Çok Kötü-Çok İyi)         | 2,760       | 3,50        | 3,55        |
|                     | Pudingin Rengi (Çok Açık-Çok Koyu)     | 3,115       | 3,54        | 2,42        |
| <b>Doku</b>         | Homojenlik (Homojen Değil-Homojen)     | 3,25        | 3,12        | 4,00        |
|                     | Ağızda Sıvanan Yapı (Hiç Yok- Çok Var) | 3,12        | 3,12        | 3,25        |
| <b>Koku</b>         | Mürver Çiçeği Kokusu (Hiç Yok-Çok Var) | 2,75        | 3,95        | 4,25        |
|                     | Mürver Çiçeği (Hiç Yok- Çok Var)       | 3,00        | 2,55        | 4,00        |
| <b>Lezzet</b>       | Nişasta Kokusu (Hiç Yok-Çok Var)       | 0,75        | 0,00        | 0,00        |
|                     | Mürver Çiçeği (Hiç Yok-Çok Var)        | 3,00        | 3,53        | 4,41        |
| <b>Kıvam</b>        | Nişasta Tadı (Hiç Yok- Çok Var)        | 1,53        | 1,00        | 0,54        |
|                     | Tatlılık Oranı (Çok Az-Çok Fazla)      | 3,42        | 3,35        | 3,44        |
| <b>GENEL BEĞENİ</b> |                                        | <b>2,75</b> | <b>3,10</b> | <b>3,85</b> |

Eğitilmiş panelistlerin mürver çiçekli pudinge yönelik ilk izlenim açısından P230 kodlu pudingin iyi olduğu ve doku açısından homojen olduğu belirlenmiştir. Koku ve lezzet açısından P230 kodlu pudingde mürver çiçeği aroması olduğu tespit edilmiştir. Genel beğeni düzeyine bakıldığında P230 kodlu puding en beğenilen ürün olmuştur.

**Tablo 9. Mürver Çiçekli Kurabiye**

|                     | Duyusal Özellikler                     | K200        | K220        | K230        |
|---------------------|----------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Görünüş</b>      | İlk İzlenim (Çok Kötü-Çok İyi)         | 3,75        | 3,50        | 3,50        |
|                     | Kurabiye'nin Rengi (Çok Açık-Çok Koyu) | 3,25        | 3,52        | 2,75        |
| <b>Doku</b>         | Şekil (Bozuk-Düzgün)                   | 4,00        | 4,00        | 4,00        |
|                     | Homojenlik (Homojen Değil-Homojen)     | 4,50        | 4,50        | 4,10        |
| <b>Koku</b>         | Ağızda Sıvanan Yapı (Hiç Yok- Çok Var) | 3,75        | 4,25        | 3,23        |
|                     | Mürver Çiçeği Kokusu (Hiç Yok-ÇokVar)  | 2,5         | 3,25        | 3,45        |
| <b>Lezzet</b>       | Mürver Çiçeği (Hiç Yok- Çok Var)       | 2,00        | 3,50        | 3,25        |
|                     | Tereyağ (Hiç Yok-Çok Var)              | 1,5         | 1,35        | 1,40        |
| <b>Kıvam</b>        | Mürver Çiçeği (Hiç Yok-Çok Var)        | 2,25        | 2,37        | 2,5         |
|                     | Nişasta Tadı (Hiç Yok- Çok Var)        | 1,12        | 3,00        | 1,75        |
|                     | Tatlılık Oranı (Çok Az-Çok Fazla)      | 2,25        | 3,5         | 2,12        |
| <b>GENEL BEĞENİ</b> |                                        | <b>1,95</b> | <b>4,00</b> | <b>2,75</b> |

Mürver çiçekli kurabiye'e eğitilmiş panelistler görünüş açısından üç kurabiye'yi de şekil açısından düzgün bulmuşlardır.

K220 ve K200 kurabiyeleri homojen bulunurken, K220 kurabiyesinin ağızda sıvı bir yapısının olduğu belirlenmiştir. Yanık kokusu hiçbirinde bulunmazken, K230'da mürver çiçeği kokusu olduğu tespit edilmiştir. K230'da mürver çiçeği kokusu alınmasına rağmen mürver çiçeği lezzeti K220'de alınmıştır. Aynı zamanda K220 tatlılık oranı en yüksek olarak belirlenmiştir. K220 kurabiyesinde genel beğeni en yüksek olan ürün olarak saptanmıştır.

#### **4. SONUÇLAR, TARTIŞMA VE ÖNERİLER**

Hoş kokusu ve yumuşak tadı dolayısıyla mürver çiçeğinin vanilya yerine kullanıp kullanılmayacağının belirlenmesi çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Sütlaç, vanilyalı dondurma, vanilyalı kurabiye ve vanilyalı puding gibi tarifler mürver çiçeği bitkisine göre revize edilerek standart reçetesi oluşturulmaya çalışılmıştır. Reçetelerde farklı miktarlarda mürver çiçeği kullanılarak dört farklı ürün geliştirmesi yapılmıştır. Söz konusu ürünler içerisinde mürver çiçekli dondurmada 2 gr mürver çiçeği konulan ürünün beğeni düzeyi yüksek olmuştur. Daha fazla konulan mürver çiçekleri dondurmaya acı bir tat kazandırmıştır. Sütlaçta ise 3gr mürver çiçeği konulan sütlaçın beğeni düzeyi yüksek olmuştur. Daha az konulduğunda sütlaçta kötü kokulu bir tat olmuş, daha yüksekinde ise acı bir tat ortaya çıkmıştır. Aynı durum mürver çiçekli pudingde de meydana gelmiştir. 2,3 gr olarak konulan mürver çiçeği standart reçete için yeterli görülmüştür. Fazlası acı tat ortaya çıkarmıştır. Diğer bir ürün olan mürver çiçekli kurabiyede de aynı durum geçerli olmuştur. 2,2 gr mürver çiçekli tarif en beğenilen tarif olmuştur. Genel anlamda yapılan ürün sonuçlarından mürver çiçeğinin vanilya yerine kullanılamayacağı ancak az miktarlarda farklı bir aroma verici olarak kullanılabileceği tespit edilmiştir. Bu çalışmada mürver çiçekleri hemen geçtiği için taze ve dondurularak kullanılmıştır. Mürver çiçeğinin tutunduğu taze sapsal ürünlere acılık katan kısım olarak saptanmıştır. Mürver çiçekleri bu kısımlardan ayrılıp kurutulurken ürünlerde de kullanılabileceği, acı tadının engellenebileceği görülmüştür. Literatürde mürver çiçeğinin mutfakta kullanımı ile ilgili çalışmaya rastlanmaması

dolayısıyla tartışma yapılamamıştır. Gelecekteki yapılacak çalışmalar için farklı reçetelerde geliştirilen mürver iekli gıda ürünlerinin tüketici görüşlerinin alınması, yerel halkın mürver çiçeğine karşı tutumu ve bilinirliğinin arttırılmasına yönelik çalışmalar yapılması önerilmektedir.

**Teşekkür:** *alışma Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı 2022/1-1919B012210197 numarası ile desteklenmiştir.*

## 5. KAYNAKÇA

**Allen D. E. & Hatfield G. (2004).** Medicinal Plants in Folk Tradition. USA: Timber Press.

**Anton, A. M., Pinte, A. M., Rugina, D. O., Scont, a, Z. M., Hanganu, D., Vlase, L. & Benedec, D. (2013).** Preliminary Studies on the Chemical Characterization and Antioxidant Capacity of Polyphenols from Sambucus sp. Digest Journal of Nanomaterials and Biostructures, 8, 973-980.

**Arslanoğlu, ř. F, Sert, S. & Özdemir, M. (2019).** Anadolu Coğrafiyasında Yayılış Gösteren Sambucus nigra ve Sambucus ebulus'un Tıbbi Bitki Olarak Önemi. Iğdır Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi, 11(2), 58-62.

**Atkinson, M. D. & Atkinson, E. (2002).** Sambucus Nigra L. Journal of Ecology. 90(5), 895-923.

**Baytop, T. (1999).** Türkiye'de Bitkilerle Tedavi, Geçmişte ve Bugün. İstanbul: Nobel Tıp Kitapevleri.

**Charlebois, D. Byers, P. L., Finn, C. E. & Thomas, A. L. (2010).** Elderberry: Botany, Horticulture, Potential. Horticultural Reviews, 37, 213-280.

**Ciocioiu, M., Serban, D., Bădescu, L., Tutunaru, D., Badulescu, O. & Bădescu, M. (2010).** The Effects of Sambucus Nigra Extract in Experimental Arterial Hypertension. Annals of the Romanian Society for Cell Biology, 15(2), 87-92.

**Costica, N., Stratu, A., Boz, I. & Gille, E. (2019).** Characteristics of Elderberry (Sambucus Nigra L.) Fruit. Agriculturae Conspectus Scientificus, 84(1), 115-122.

**Davis, P. H. (1972).** Flora of Turkey and the East Aegean Islands. (4. Volume). Edinburgh: University Press.

**Dündar, S. (2009).** Sambucus L. Türleri Üzerinde Fitoterapötik Çalışmalar. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

**Göldağ, R., Göldağ, Ö. G. & Doğan, M. (2022).** Beslenme ve Sağlık İçin Kara Mürver'in (Sambucus Nigra L.) Önemi: Biyolojik Aktiviteleri. Academic Platform Journal of Halal Lifestyle, 4(1), 10-17.

**Hearst, C., McCollum, G., Nelson, D., Ballard, L. M., Millar, B. C., Goldsmith, C. E., ... & Rao, J. R. (2010).** Antibacterial Activity of Elder (Sambucus nigra L.) Flower or Berry Against Hospital Pathogens. Journal of Medicinal Plants Research, 4(17), 1805-1809.

**Jensen, S. R. & Nielsen, B. J. (1973).** Cyanogenic Glucosides in Sambucus Nigra L. Acta Chem Scand, 27(7), 2661-2662.

**Macit, M. S. (2020).** Covid-19 Salgını Sonrası Yetişkin Bireylerin Beslenme Alışkanlıklarındaki Değişikliklerin Değerlendirilmesi. Mersin Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi, 13(3), 277-288.

**Mahmoudi, M., Ebrahimzadeh, M. A., Dooshan, A., Arimi, A., Ghasemi, N. & Fathiazad, F. (2014).** Antidepressant Activities of Sambucus Ebulus and Sambucus Nigra. European Review Medical Pharmacology Science, 18(22), 3350-3353.

**Meriçli, F. (2017).** Sağlığımız İçin Tıbbi Bitkiler ve Bitkisel İlaçlar. Bilimsel Tamamlayıcı Tıp Regülasyon ve Nöral Terapi Dergisi, 11(2), 12-15.

**Moroşanu, A. I., Ciocoiu, M., Bădescu, L. & Bădescu, M. (2011).** Antioxidant Effect of Aronia Versus Sambucus on Murine Model With or Without Arterial Hypertension. Annals of the Romanian Society for Cell Biology, 16(1), 222.

**Namıkoğlu, N. G. (2008).** Türkiye'nin Ağaçları ve Çalıları. NTV Yayınları.

**Olgun, Ç., Özkan, O. E. & Vurdu, H. (2012).** Kastamonu'da Yetişen Mürver Türlerinin Botanik ve Kullanım Özellikleri. Kastamonu'nun Doğal Zenginlikleri Sempozyumu, ss.16-17.

**Porter, R. S. & Bode, R. F. (2017).** A Review of the Antiviral Properties of Black Elder (*Sambucus nigra* L.) Products. *Phytotherapy Research*, 31(4), 533-554.

**Sidor, A. & Gramza-Michałowska, A. (2015).** Advanced Research on the Antioxidant and Health Benefit of Elderberry (*Sambucus Nigra*) in Food-A Review. *Journal of Functional Foods*, 18, 941-958.

**Şar, S. (2011).** Bazı Üzümsü Meyvelerin Kullanımlarının Eczacılık ve Tıp Tarihi Açısından İncelenmesi. Mersin Üniversitesi Tıp Fakültesi Lokman Hekim Tıp Tarihi ve Folklorik Tıp Dergisi, 1(2), 1-6.

**Válles J, Bonet Á. & Agelet A, (2004).** Ethnobotany of *Sambucus Nigra* L. In: Catalonia (Iberian peninsula): The Integral Exploitation of A Natural Resource in Mountain Regions. *The Society Economic Botany*, 58(3), 456-469.

**Williamson, E., Driver, S. & Baxter, K. (2009).** Herbal Medicines Interaction. *Stockleys Herbal Medicines Interactions*. London: Pharmaceutical Press.

**Yücel, E., Özel, A. & Şengün, İ. Y. (2013).** Kemaliye Erzincan İlçesinde Gıda Olarak Tüketilen Bitkiler ve Bölgeye Has Diğer Yiyecekler. *Biyolojik Çeşitlilik ve Koruma*, 6(2), 34-44.

**Zakay-Rones, Z., Thom, E., Wollan, T. & Wadstein, J. (2004).** Randomized Study of the Efficacy and Safety of Oral Elderberry Extract in the Treatment of Influenza A and B Virus Infections. *Journal of International Medical Research*, 32(2), 132-140.