

# Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2023, 7(3): 402-416.

DOI: [10.26677/TR1010.2023.1283](https://doi.org/10.26677/TR1010.2023.1283)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



## ARAşTIRMA MAKALESİ

### Gastronomi Turizminin Bolu'ya Düzenlenen Seyahatler Üzerindeki Etkisinin Değerlendirilmesi

Sinem KUZU, Yüksek Lisans Öğrencisi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sakarya, e-posta: [22502005002@subu.edu.tr](mailto:22502005002@subu.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-0713-3439>

Dr. Öğr. Üyesi Didar SARI ÇALLI, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Sakarya, e-posta: [didarsari@subu.edu.tr](mailto:didarsari@subu.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5517-2924>

Doç. Dr. Lütfi Mustafa ŞEN, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Sakarya, e-posta: [lsen@subu.edu.tr](mailto:lsen@subu.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7355-9129>

#### Öz

Kültür ve yemek arasındaki ilişkiyi inceleyen bir disiplin olan gastronominin, turizm faaliyetlerinde yer alması gastronomi turizmini gündeme getirmektedir. Bolu'ya düzenlenen seyahatlerde, gastronomi turizminin etkisinin incelenmesi çalışmanın temel amacıdır. Çalışmada veri toplama yöntemi olarak mülakat tekniği tercih edilmiştir. Bolu'da aktif olarak hizmet vermekte olan 10 adet yiyecek içecek, konaklama ve seyahat acentası sahiplerinden elde edilen veriler, betimsel analiz yönteminden faydalanılarak analiz edilmiştir. Araştırmanın temel sonuçları göz önüne alındığında; Bolu'ya gelen turistlerin büyük bir kısmının doğa ve sağlık turizmi amacı ile geldiği ve turistik talep üzerinde gastronomi turizminin etkisinin oldukça düşük düzeyde olduğu anlaşılmaktadır. İşletmelerin birçoğunun coğrafi işaret ve mahreç gibi gastronomi turizmi ile ilgili konularda bilgi sahibi olmadığı görülmüştür. Bolu'da gastronomi turizminin geliştirilmesi ve böylece düzenlenecek seyahatlerin artırılması için yerel yönetimin tanıtım ve etkinlik yönetimi alanlarında destek sağlamasının oldukça önemli olduğu düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Bolu, Turizm, Gastronomi Turizmi.

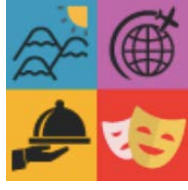
**Makale Gönderme Tarihi:** 07.08.2023

**Makale Kabul Tarihi:** 15.09.2023

#### Önerilen Atıf:

Kuzu, S., Sarı Çallı, D. ve Şen, L. M. (2023). Gastronomi Turizminin Bolu'ya Düzenlenen Seyahatler Üzerindeki Etkisinin Değerlendirilmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(3): 402-416.

© 2023 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



## Journal of Turkish Tourism Research

2023, 7(3): 402-416.

DOI: [10.26677/TR1010.2023.1283](https://doi.org/10.26677/TR1010.2023.1283)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



### RESEARCH PAPER

#### Evaluation of The Effect of Gastronomy Tourism on Travels to Bolu

Sinem KUZU, MSc. Student, Sakarya University of Applied Sciences, Institute of Graduate Programs, Sakarya, e-mail: [22502005002@subu.edu.tr](mailto:22502005002@subu.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-0713-3439>

Assistant Prof. Dr. Didar SARI ÇALLI, Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Sakarya, e-mail: [didarsari@subu.edu.tr](mailto:didarsari@subu.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5517-2924>

Associate Prof. Dr. Lütfi Mustafa ŞEN, Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism i, Sakarya, e-mail: [lsen@subu.edu.tr](mailto:lsen@subu.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7355-9129>

#### Abstract

The inclusion of gastronomy, which is a discipline that examines the relationship between culture and food, in tourism activities brings gastronomy tourism to the agenda. Main purpose of the study is to examine the effect of gastronomy tourism in travels organized for Bolu. In the study, the interview technique was preferred as the data collection method. The data obtained from 10 food and beverage and accommodation businesses and travel agency owners actively serving in Bolu were analyzed via descriptive analysis method. Considering the main results of the research; It is understood that most of the tourists coming to Bolu, come for the purpose of nature and health tourism and the effect of gastronomy tourism on touristic demand is quite low. It has been observed that most of the businesses do not have knowledge about gastronomy tourism such as geographical indication and origin. It is thought that it is very important for the local government to provide support in the fields of promotion and event management in order to develop gastronomy tourism in Bolu and thus to increase the number of travels to be organized.

**Keywords:** Bolu, Tourism, Gastronomy Tourism.

**Received:** 07.08.2023

**Accepted:** 15.09.2023

#### Suggested Citation:

Kuzu, S., Sarı Çallı, D. and Şen, L. M. (2023). Evaluation of The Effect of Gastronomy Tourism on Travels to Bolu, *Journal of Turkish Tourism Research*, 7(3): 402-416.

© 2023 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

## **GİRİŞ**

Misafirlerin karşılanma anından uğurlanacağı vakte kadar geçen süreçte ulaştırma, konaklama, yeme içme, eğlence ile ilgili ihtiyaçlarının bütününe karşılamayı içeren turizm faaliyetleri çok boyutlu mal ve hizmet sunumları gerektirmektedir (Brotherton ve Wood, 2000). Santich (2004:15) tarafından “yemeye içmeye ve bunların seçimine ilişkin bilgi ve becerilere sahip olarak yeme içme zevkini ve hazzını arttıran bir tür yaşam sanatı” olarak tanımlanan gastronominin turizm endüstrisindeki hızlı gelişimi devam etmektedir.

Yetiştirdiği aşçılar ile Osmanlı saray mutfağında önemli bir yeri olan Bolu, gastronomi alanındaki yetenekli şefleri ile bugün de marka bir il konumundadır. Bununla birlikte turizm endüstrisi genelinde de başka illerin sahip olmadığı rekabet avantajları taşımaktadır. Dört mevsim aktif turizm, yöre halkı için oldukça önemli bir gelir kaynağı oluşturmaktadır (Öztürk, 2008). Bolu, bulunduğu bölgenin iklim koşulları göz önüne alındığında yağışlı geçen kış dönemleri ve verimli toprakları ile çok çeşitli bir yemek kültürüne sahiptir.

Çalışmanın amacı; gastronomi turizminin Bolu iline düzenlenen seyahatler üzerindeki etkisinin irdelenmesidir. Bu amaçla öncelikle kavramsal çerçevenin oluşturulması amacı ile gastronomi turizmi ana hatları itibarıyla incelenmiştir. Daha sonra Bolu’yu tanıtıcı bilgiler verilmiş ve Bolu’da gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilebilecek festivaller gibi düzenlenen faaliyetler hakkında bilgiler sunulmuştur. Ardından Bolu’nun tarihi ve yöresel mutfağı incelenmiş ve bu mutfakta yer alan yöresel yemekler ele alınmıştır. Coğrafi işaretleme; bir ülkenin milli gastronomi kültürüne dünyada sahip çıkılması ve sahiplenilmesini sağlayan önemli bir uygulamadır. Bu öneme istinaden çalışmada coğrafi işaretleme konusuna da yer verilmiş ve Bolu’nun coğrafi işaretli ürünleri ve önemli turizm destinasyonlarına yer verilmiştir.

## **KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

### **Gastronomi Turizmi**

Gastronomi sözcüğü, TDK’ya göre, “yemeği iyi yeme arzusu, sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, beğenilen ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi” olarak tanımlanmaktadır (<https://sozluk.gov.tr>). Gastronomi, yemeklerin ve içeceklerin tadına bakılması, bunların hazırlanma süreci ile profesyonel şeflerle eğitim dâhil olmak üzere özel olarak seçilmiş bir mutfağı keşfetme olarak açıklanabilir (López ve Martin, 2006). Gastronomi turizminin temeli, yeme-içme kültürü olmasıyla beraber, çiftliklere ve şarap üretim yerlerine düzenlenen tadım testlerini de kapsayan seyahatleri de içermektedir (Altınar vd., 2019).

16. ve 17. yüzyıllarda, gezginlerin seyahatleri sırasında karşılaştıkları insanlar arasındaki farkı değerlendirmek için kullandıkları başlıca ölçütün yemek olduğu, kültürel anlamlar ve sosyal belirteçler kullanarak yazdıkları notlardan anlaşılmaktadır (Dürsteler, 2014). Yemek yolları ve mutfak, turizm sisteminin sadece yemek ve yemek hizmetlerinden daha önemli bir parçasıdır; kültürel anlam, deneyim ve süreklilik ile doludurlar (Timothy ve Ron, 2013). Yiyecek ve şarap, yerel yaşamın ve belirli bir bölgenin tarihinin, kültürünün, ekonomisinin ve toplumunun ayrılmaz bir parçasını oluşturur ve tarih boyunca yerel yaşam tarzları tarafından şekillendirilmiştir. Bu, bir yerellik ile diğeri arasındaki ve kırsal gelenek ile kentsel modernite arasındaki karşıtlığı yoğunlaştırır (Hall ve Mitchell, 2006).

Gastronomi ya da mutfak bilimi, yiyecek ve içeceklerin çeşitli sağlık kurallarının yanısıra belirli bir sistematik ve düzen kapsamında estetik ve lezzete dair kaygılar da güderek sunumlarının yapıldığı yeme-içme kültürü ya da yemek sanatı şeklinde ifade edilebilir (Özdemir ve Altınar, 2019). Türkiye Cumhuriyeti, sınırları içerisinde yer alan her bölge yöresel lezzetlerinin oluşumunda kültürel kökenlerinden beslenmektedir. Bu noktada birçok farklı etnik kökenin

harmanlanması ile çok çeşitli pişirme ve hazırlık aşamasında kullanılan araç-gereç ayrıca bölgelere has kullanılan meyve, sebze, baharat ve diğer etmenler Türkiye'ye özgü gastronomik bir kimlik oluşturmuştur.

Gastronomi; çok fazla kaynakta yemek kültürü ya da sanatı olarak tanımlansa dahi aslında bilimin birçok alt başlığını içinde barındıran bir bilim dalıdır (Kivela ve Crotts, 2006). Gastronomi, yeme-içme kavramı olmasından sanat formuna kadar günümüz yemek kültürünün, yemek dünyasındaki bütün dinamikleri araştırma kapsamına almakta ve bir bütün olarak incelemektedir (Akyürek ve Kutukız, 2020). Gastronomi, insanın temel ihtiyaçlarından birisi olan beslenmenin, son yılların oldukça popülermiş noktasıdır. İnsanlar seyahat ettikleri farklı ülkelerde ya da şehirlerde bölge hakkında yeterince bilgi sahibi olmadıkları için çekinir ve korkuyla yaklaşır. Bu konuda onlara bilgi veren kurum, kuruluş ya da kişi olmadığında ise konuklar klasik lezzetlerin dışına çıkmadan bildikleri şekilde beslenerek ülkelere, şehirlerine geri dönerler (Dilsiz, 2010). Gastronomi bilimi, yabancı bir ülke mutfağının sahip olduğu yiyecek ve içecekleri, o yabancı ülkenin tarihi yemek kültürü ve yöresel mutfağı hakkında güvenilir bilgiler sunar ve tanıtır. Böylece; turistlerin özellikle sağlık ve gıda güvenliği ile ilgili korku ve çekinceleri ortadan kalkar ve turistler gönül rahatlığı ile yabancı bir kültürün damak zevkini deneyimleyebilirler.

### **Bolu'da Gastronomi Turizmi ve Çeşitli Turizm Faaliyetlerinin Mevcut Durumu**

Bolu'nun da içinde yer aldığı Karadeniz Bölgesi illeri, doğal tabiatının da etkisiyle turistlerden talep görmektedir. Batı Karadeniz'de konumlanan Bolu, birkaç bölge arasında lojistik ve coğrafi geçişi sağlayan bir konumda olmasının yanı sıra turizm sektörü açısından da öneme sahiptir (Dilsiz, 2010).

Batı ve Doğu Karadeniz illeri, bölgelerine has yemekleri ile tanınmaktadır. Bolu'nun köy evlerinde, bahçelerde genelde fırın bulunmaktadır (Dilsiz, 2010). Pek çok sebze türünün yetiştiği bu ilde bölgede yetiştirilen ürünler aktif olarak kullanılmaktadır. Tüm bunlarla beraber ilde süt ve süt ürünlerinin yemeklerde yaygın olarak kullanımı da yöresel yemeklerde göze çarpmaktadır.

Uluslararası standartlarda hizmet veren yiyecek içecek işletmesi oranı oldukça düşük olan Bolu, Osmanlı döneminden günümüze kadar oldukça başarılı ve aşçılık denilenildiğinde akla gelen Mengen ilçesini bünyesinde bulundurması ile gastronomi turizmi açısından rekabet gücünü yükseltmektedir (Bulu ve Eraslan, 2008). Bolu İli'nin rekabet avantajına katkı sunar nitelikte, Mengen Aşçılık ve Turizm Derneği gibi gastronomi ve turizm alanında birçok kurum ve kuruluş aktif olarak faaliyet göstermektedir. Geleneksel üretimler ve kültürel zenginliklere verilen değerin artması turizm destinasyonlarına olan talebi de artırmaktadır (Sünnetçioğlu vd., 2012).

Pazarlama faaliyetleri kapsamında düzenlenen bir festival olan Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali'nin Bolu'da gastronomi turizminin gelişmesinde katkısı olduğu düşünülmektedir. İstanbul, Ankara, Antalya ve İzmir gibi büyük kentlerdeki önemli otellerde çalışmış ya da çalışmakta olan yörede yetişmiş aşçılar ile görüşmeler gerçekleştirilerek festivalin ana fikri oluşturulmuştur. Festivalin asıl amacı; aşçıları bir araya toplamak ve aşçılık sanatının önemini göstermek, yörenin tanıtımını yapmak, Türk mutfağını uluslararası platformda iletirmek, yeni kuşaklara aşçılık mesleğinin yeterli tanıtımını sağlamak, aşçılar arasında mesleki bir dayanışma sağlamak, şehir dışında ikamet eden vatandaşları çekmek ve ilçede eğlenceli bir aktivite oluşturmaktır (Hoşcan vd., 2016).

Aşçılar ve Turizm festivalleri dışında bölgede oldukça ilgi gören bir diğer etkinlik yayla şenlikleridir. Yayla şenlikleri, insanların eğlenerek birlikte zaman geçirdiği dönemlerdir.

Günümüzde bu şenlikler bölge dışından da talep görmekte ve katılım sağlanmaktadır. Yayla şenlikleri kişiler arasında dayanışma ve eski imece kültürünü oluşturmada, birlik beraberliği sağlamaktadır. Bununla beraber boş vakit değerlendirmenin en güzel yollarından biridir (Kalaycı ve Kanoğlu, 2021).

Küçük gruplar halinde düzenlenen gastronomi turizmi aracılığıyla, yerel halkın yaşam deneyimlerini kültürel etkinliklere katması, yerel halkla birlikte eğlenilmesi veya bu kültürün özümsemesi mümkün olmaktadır. Seyahat boyunca turistler sorunlarını ve endişelerini evlerinde bırakmakta ve yerel halkın yaşadığı şevk ve enerjiyle deneyimlerini pekiştirerek bir grup insan ile etkileşime girmektedirler (Chemnasiri ve Kaewmoung, 2008). Bu amaçları gerçekleştirmede festivaller turistler için çok eğlenceli etkinliklerdir. Bolu'da gerçekleştirilen festivaller ise şunlardır ([www.bolu.ktb.gov.tr](http://www.bolu.ktb.gov.tr)); İzzet Baysal Anma Günleri, İpek Yolu Festivali, Mengen mengen, Karagöl Şenlikleri, Yayla Şenlikleri, Atatürk'ün Bolu'ya Gelişi, Esentepe Yağlı Güreşleri, Nevruz Günü, Gerede panayırı, Seben Elma Festivali, Uluslararası Köroğlu Festivali, Akşemsettin Anma Günü, Şehriman Anma Günü, Tekke Ümmi Kemal Günü, Tokad-ı Hayrettin Günü ve Ahilik Haftası.

### **Bolu İli Yöresel Mutfağı**

Yöresel mutfak terimi; yöresel yiyecek, yöresel gıda ve yöresel yemekleri de içerisinde barındıran, bunlarla özdeşleşmiş geniş bir kavramdır (Altunsaban vd., 2016). Gelenek, nesilden nesile aktarılan ve bilgi, zanaat, ritüel, ahlaki kod ve gelenekleri ilgilendiren kültürel bir mirastır. "Geleneksel yemek" terimi, geçmişte, yirminci yüzyılın ortalarına kadar kırsal kesimdeki ailelerde yiyecek hazırlama ve beslenme biçimi olarak tanımlanmaktadır (Alibabić vd., 2012).

Gastronomi, turizmdeki yeni kavramlar ile ilişkili tüm geleneksel değerleri birleştirir. Özgünlük, geleneklere ilgi ve saygı, sağlıklı yaşam biçimi, sürdürülebilirlik, tecrübeler ve izlenimler gastronomi ile bütünleşir (Hegarty ve O'Mahony, 2001). Konukların yeme-içme ihtiyacı ve bu ihtiyaçlarını yöresel mutfak kültürününün karşılama istemesi, turizm ile gastronomi kavramını ayrılmaz bir bütün haline getirmektedir. Yeme içme kültürününün turistik ürünün ayrılmaz ve kıymetli bir değeri olması, gastronomi turizmine önemli katkı sağlamaktadır (Belber ve Kamış, 2022). Bununla beraber bir yörenin yöresel yemekleri, farklı bir kültürü daha yakından tanımak ve öğrenmek için önemli bir araç haline gelmiştir. Geleneksel yiyecekler, belirli ülkeler veya turistik bölgelere özgü geniş bir ürün grubunu (baharatlar, pişmiş yiyecekler, içecekler) içerir (Kastenholz vd., 1999).

Çok sayıda doğal güzelliğe sahip Bolu, Karadeniz bölgesinin batı kısmında yer almaktadır. İstanbul ve Ankara arasında bir geçiş noktasında bulunan Bolu'ya ulaşım oldukça kolay sağlanmaktadır. Bolu'nun yöresel yemeklerinden düğün yemekleri olarak yayla çorbası, yaprak dolması, et yemeği, hoşaf, börek, baklava sunulmakta; bunlarla birlikte kedi batmazı, paşa pilavı, cevizli çörek, yoğurtlu bakla çorbası, kabaklı gözleme, katık keş Bolu yöresine has yiyecekler olarak bilinmektedir. Mudurnu'nun saray helvası ise oldukça bilinen bir kuru tatlı çeşididir (Yiğit ve Yiğit, 2020).

Bolu aynı zamanda gastronomi alanında nitelikli işgücü ile tanınan bir ildir. Türkiye'de aşçılık denildiğinde ilk akla gelen Bolu'nun ilçesi Mengen'in Türk mutfağındaki konumu ayrıcalıklı olup, ilçede yetişen her nesil bir öncesine göre aşçılık mesleğini daha ileriye taşıma çabasına girmektedir ki bu durum Mengenli aşçıları diğerlerinden farklılaştırmaktadır (Erdem vd., 2018).

## **Coğrafi İşaretli Ürünler**

Belirli yörelerin belirli yiyecek ve içeceklerle eşleştirilmesi, yöreye özgü bir gastronomi kimliğinin oluşmasını sağlamaktadır (Haven-Tang ve Jones, 2005). Bir tür kalite işareti olan coğrafi işaret, bir ürünün kaynağı, belirli özellikleri ve söz konusu bölge ile olan ilişkisini formal biçimde belirtir. Menşe ve Mahreç olarak ikiye ayrılan coğrafi işaretlerde aradaki farklılık üretim yerinden doğmaktadır. Menşe işaretli ürün sadece bulunduğu coğrafyada üretilebilirken, mahreç işaretli ürünler başka bölgelerde de üretilebilmektedir. Bununla birlikte, ait olduğu yörenin özelliklerinin en az birini taşıması gerekmektedir (<https://ci.turkpatent.gov.tr>). Coğrafi işaretleme milli kültüre sahip çıkılması açısından öneme sahiptir. Millî kültür öğelerinin tescil altına alınmasını sağlayarak yurtiçi ve yurtdışında, ürünün veya fenomenin menşesi Türkiye olarak duyurulmuş olur.

Ülkelerin tanıtımının sağlıklı ve doğru bir şekilde yapılması, ayrıca bu ürünlerden maddi ve manevi kazanç sağlanması açısından tescil son derece önemlidir. Ürün tescilleme gibi durumlar yaşanmadığında ülkemizin kültürel sembolleri olan bu ürünlerin başka ülkelerde farklı isimler ile sahiplenildiği gözlenmiştir. Türk yoğurdunun ABD’de Yunan ya da Bulgar yoğurdu olarak tanınması, Türklere mahsus olan baklavanın Mısır, Yunan baklavası diye tanıtılması gibi durumlar söz konusu olabilmektedir. Benzerlerinin yaşanmaması adına ürünler mutlaka tescil edilmelidir. Bu noktada coğrafi işaret uygulaması da ürünü standartlara uygun üreten kişilerin haklarını korumanın yanı sıra bölgesel ekonomiye de oldukça destek sağlamaktadır (Tanrıku ve Doğandor, 2021). Bu durumda yerel halka katkı sağlanmış ve kalkınmaları için bir takım önlemler getirilmiş olur. Yöresel ismi ile markalaşan ve kalitesinde her hangi bir değişime uğramamış ürünler tüketiciler tarafından daha sık tercih edilmektedir (Şahin, 2013).

Bir destinasyonun tarihi ve kültürel varlıkları dışında ekolojik çeşitliliği, bölgeye has yerel ve yöresel ürünlerin, sürdürülebilir gastronomi turizmde önemli bir yeri vardır. Bölgede yetişen tarım ürünlerinin o bölgenin ekolojik unsurları ile olan bağlantısının gastronomi turistlerinin oldukça ilgisini çekmesi de bir başka önemli noktadır. Bu açıdan bakıldığında bir bölgenin yerel ürünlerinin tescillenmesinin o bölgeye gastronomi turizmi açısından oldukça katkı sağlayabileceği söylenebilir (Çavuş ve Eker, 2022).

Bolu Dağ Fındığı, Bolu Fındık Şekeri, Bolu Göynük Uğut Tatlısı, Bolu Kabaklı Gözlemesi, Bolu Kanlıca Mantarı, Bolu Keşi, Bolu Kıbrısık Pirinci, Bolu Kızılıcık Tarhanası, Bolu Manda Kaymağı, Bolu Patatesli Ekmeği, Bolu Sarı Patatesi, Bolu Çivril Fasulyesi, Gerece Şakşak Helvası, Göynük Bombay Fasulye, Göynük Dik Börek, Göynük Oklava Tatlısı, Göynük Kabaklı Yufka Tatlısı, Göynük Tokalı Örtme, Mudurnu Bal Kabaklı Gözlemesi ve Mudurnu Basma Helva, Bolu ili tescilli coğrafi işaretli ürünleridir (<https://ci.turkpatent.gov.tr>).

## **Bolu İli Seyahat Rotaları**

Türkiye’nin önemli metropolleri İstanbul ve Ankara’nın arasında yer alan Bolu; Abant, Gölcük, Göynük Sünnet Gölü, Mudurnu Sülüklü Göl, Kıbrısık Karagöl, Aladağ Beşpınarlar, Bolu Yaylaları, Seben Taşlıyayla Gölü, Yedi Göller ve Göksu gibi doğal güzelliklere sahiptir (<https://goturkiye.com>).

Tarihi ve doğal birçok alanı bünyesinde bulunduran Bolu ili ve ilçelerinde yer alan turistik noktalara Tablo 1’de ayrıntılı bir şekilde yer verilmiştir.

**Tablo 1.** Bolu İli Gezilecek Yerler

Seyahat Rotaları	Nerede	Seyahat Rotaları	Nerede
Bolu Müzesi	Bolu Merkez	Kartalkaya Kayak Merkezi	Bolu Merkez
Gölcük Tabiat Parkı	Bolu Merkez	Tokad-ı Hayrettin Türbesi	Bolu Merkez
Aladağ Yaylaları	Bolu Merkez	Akşemseddin Türbesi	Göynük İlçesi
Seben Gölü	Seben İlçesi	Bolu Yıldırım Beyazid Camii	Mudurnu İlçesi
Seben Kaya Evleri	Seben İlçesi	Göynük Çubuk Gölü	Göynük İlçesi
Yedi Göller Milli Parkı	Bolu Merkez	Gölköy Barajı	Bolu Merkez
Yeniçağa Gölü Kuş Cenneti	Yeniçağa İlçesi	Kıbrısık Karagöl Tabiat Parkı	Kıbrısık İlçesi
Gerede Esentepe ve Keçi Kalesi	Gerede İlçesi	Göynük Zafer Kulesi	Göynük İlçesi
Akkaya Travertenleri	Bolu Merkez	Mudurnu Karamurat Gölü	Mudurnu İlçesi
Sakin Şehir Mudurnu	Mudurnu İlçesi	Mudurnu Yıldırım Beyazid Camii	Mudurnu İlçesi
Sütlüklü Göl Tabiat Parkı	Mudurnu İlçesi	Kadı Camii	Bolu Merkez
Bolu Tabaklar Hamamı	Bolu Merkez	Gülezler Konağı	Bolu Merkez
Abant Gölü	Bolu Merkez	Bolu Tabaklar Hamamı	Bolu Merkez
Sünnet Gölü Tabiat Parkı	Göynük İlçesi	Yıldırım Beyazid Hamamı	Mudurnu İlçesi
Aktaş Türbesi	Bolu Merkez	Gerede Aşağı Tekke Camii ve Türbesi	Gerede İlçesi
Aşağı Taşhan	Bolu Merkez	Ömer Sekkin Hazreti Türbesi	Göynük İlçesi
Ilıca Musa Paşa Camii	Bolu Merkez	Saraçhane Camii	Bolu Merkez
Aktaş Camii	Bolu Merkez	Tarihi Bolu Hükümet Konağı	Bolu Merkez
Sultan Hamamı	Bolu Merkez	Gazi Süleyman Paşa Hamamı	Göynük İlçesi
Karaköy Cuma Camii	Bolu Merkez	Mudurnu Yıldırım Beyazid Hamamı	Mudurnu İlçesi
Karamanlı Camii	Bolu Merkez	Keçeci Mehmet Camii	Bolu Merkez
Tarihi Çeşme	Bolu Merkez	Ressam Mehmet Yücutürk Sanat Merkezi	Bolu Merkez

**Kaynak:** <http://www.kulturportali.gov.tr>

Coğrafi işaretli ürünlerin ve yöresel mutfakların, destinasyonların tanıtım ve pazarlanmasında kullanılması ile seyahatlerin önemli bir çekicilik unsuru haline geldikleri ve gastronomi turizminin geliştirilmesinde pay sahibi oldukları görülmektedir (Yenipınar vd., 2014). Bu durum gastronomi temalı turlarda, gastronomi hakkında bilgi sahibi ve uzmanlığı olan rehberlere ihtiyaç doğurmaktadır. Gastronomi rehberleri; destinasyonların yerel mutfak kültürleri ve uygulamaları konusunda detaylı bilgi sahibi olan ve unutulmaya yüz tutmuş, bilinmeyen, yaşatılması ve korunması gereken lezzetleri ziyaretçilere aktararak tanıtan rehberlerdir (İrigüler ve Güler, 2017).

## YÖNTEM

Araştırma konusunun gastronomi turizmi olması nedeniyle verilerin bu hizmete öncülük eden seyahat acentaları, oteller ve yiyecek içecek işletmelerinden toplanması amaçlanmıştır. İşletmeler ile ilgili bilgiler Bolu Ticaret Odası'ndan elde edilmiştir. Araştırmanın örnekleme olasılığa dayalı olmayan kasti (kararsal) örnekleme tekniği ile belirlenmiş 10 işletme sahibi oluşturmaktadır. Bu teknikte, denekler rastgele seçilmeyip örneği oluşturan elemanlar, araştırmacının araştırma problemlerine cevap bulacağına inandığı kişilerden oluşur. Deneklerin belirlenmesindeki ölçüt araştırmacının yargısıdır (Altunışık vd., 2012). Bu noktada araştırma sürecinde tercih edilen işletmelerin franchising olmaması ve küçük ölçekli işletmelerin doğrudan sahipleriyle görüşülebilmesi ile katılımcıların düşüncelerini daha az baskı altında ve açık bir şekilde ifade edebileceği varsayılmıştır.

Araştırma için lazım olan verilerin tamamı nitel veri toplama yöntemlerinden biri olan mülakat tekniğinden yararlanılarak toplanmıştır. Hazırlanan mülakat formunda 5 adet, işletme ile ilgili ve 15 adet de araştırma konusu ile ilgili hazırlanmış sorular bulunmaktadır. Görüşme sorularının hazırlanmasında Çulha ve Dağkiran (2016) 'ın çalışmasında kullandıkları ölçekten

faidalanılmıştır. Ayrıca Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Rektörlüğü'nden 04.08.2023 tarihli ve E-26428519-050.99-92584 sayılı Etik Kurul izni alınmıştır.

Yıl boyu açık olan işletmelerin daha çok Bolu il merkezinde bulunması nedeni ile araştırmanın tamamı burada yürütülmüş ve çeşitli alanlarda faaliyet gösteren 10 işletme sahibi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Veri toplama işlemi, 5 Ağustos 2023 ve 10 Ağustos 2023 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırmada mülakat soruları ile toplanan veriler, nitel analiz yöntemlerinden birisi olan "Betimsel Analiz" yöntemi ile analiz edilmiştir. Bu analiz biçiminde toplanan verilerin önceden hazırlanmış temalara göre özetlenerek yorumlanması, ayrıca yapılan görüşmelerde kullanılmış soru veya soruların da aktarılmasına imkân sağlamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008).

## BULGULAR

Tablo 2'de, araştırma kapsamında görüşme yapılan katılımcılara ve katılımcıların çalıştıkları işletmelere ilişkin bilgiler yer almaktadır.

**Tablo 2.** Görüşme Yapılan Katılımcılara ve İşletmelere İlişkin Bulgular

Katılımcıların Cinsiyeti	f	%
Erkek	10	100
Katılımcıların Yaşı	f	%
29-39	2	20
40-50	2	20
51 ve üzeri	6	60
Katılımcıların Eğitim Durumu	f	%
İlköğretim	4	40
Lise	2	20
Önlisans	2	20
Lisans	2	20
İşletmelerin Faaliyet Gösterdiği Alan	f	%
Otel	2	20
Seyahat Acentası	1	10
Restoran	7	70
İşletmelerin Faaliyet Gösterdiği Yıl	f	%
1-10	2	20
11-20	8	80

Tablo 2'de görüldüğü gibi, katılımcıların tamamı erkek bireylerden oluşmaktadır. İşletmelerin faaliyet gösterdikleri süre, büyük bir çoğunlukla (%80) 10 yılın üzerindedir. Katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde %40'ının ilköğretim mezunu olduğu görülmektedir. Araştırma kapsamında yer alan katılımcıların büyük bir kısmı (%70) restoran işletmecisidir. İşletmelerin %80'i 10 yıldan fazla süredir faaliyet göstermektedir. Bununla birlikte restoranların %50'si yöresel yemek hizmeti vermemektedir. Araştırma kapsamında bulunan tek acenta, A grubu bir seyahat acentası olup günübirlik turlar ve taşımacılık yönünde faaliyette bulunmaktadır.

Katılımcıların mülakat sorularına verdikleri cevaplar, bütüncül bir bakış açısı ile aynı zamanda bulguların açık ve kolay bir şekilde anlaşılabilirliğinin sağlanması için aşağıda genel hatları itibarıyla derlenmiştir.



*Bolu'ya Ait Coğrafi Bölge İşaretli Ürünlerin Tanıtımının Yeterliliği:*

Katılımcıların %70'i yeterli tanıtım yapılmadığını düşünmekte, %20'i dilim ise tanıtımın yeterli fakat donanımlı olmadığını öne sürmekte, %10'luk kısım ise kararsız olduğunu belirtmektedir. Katılımcıların ortak olarak belirttikleri tanıtım şekli ulusal tv kanallarında yayınlanacak reklamlar ya da konsepte uygun programlarda tanıtım yapılması yönündedir.

*Bolu'nun Gastronomi Konusunda Bilinirliği:*

Katılımcıların %80'i gastronomi denildiğinde akla gelen ilin Bolu olmadığını, Bolu'nun sadece Mengen ilçesinden çıkan aşçıları ile meşhur olduğunu belirtmektedir. %20 lik kısım ise akıllarına ilk gelen ismin Bolu olduğunu fakat yeterli düzeyde ilde hizmet bulunmadığını dile getirmektedir.

*Bolu'da Bulunan Tesislerde Yöresel Yemeklerin Yeterliliği:*

Katılımcıların %80 oranındaki kısmı restoran ve konaklama noktalarında Bolu'ya ait yemeklerin bulunmadığını ve turistlerin bu tarz yiyeceklere ulaşımının çok zor olduğunu belirtmiştir. %20'lik dilim ise çekimsiz yaklaşmış nadiren de olsa bu tarz yiyeceklerin bulunduğu birkaç işletmenin olduğunu dile getirmiştir.

*Bolu'ya Gelen Turistlerin Yöresel Lezzetlere Olan İlgisi:*

Katılımcıların %90'ı Bolu'ya gelen konukların ilgisini yöresel lezzetlerin çektiğini fakat bu tarz yiyecekleri tüketebilecekleri bir nokta olmadığı için taleplerinin asılı kaldığını belirtmiştir. %10 ise kendi işletmesine gelen konukların menüden özellikle Bolu yemeklerini tercih etmediğini fakat kendileri ikramda bulunduğu tatlarına bakıp memnun kaldıklarını dile getirmiştir.

*Bolu İlinin Mevcut Gastronomi Turizmi Potansiyeli:*

Katılımcıların tamamı Bolu İli'nin gastronomi potansiyelinin yeterli olmadığını dile getirmiştir. Ayrıca katılımcılar bu konuda bir çalışma olur ise daha çok tanınabileceklerini ve sunabilecekleri birçok ürün olduğunu da özellikle belirtmiştir. Katılımcıların tamamı gastronomi turizminin, doğa turizminin geri planında kaldığını ise özellikle belirtmiştir.

*Bolu'da Yeme-İçme Kültürünü Tanıtacak Yöndeki Etkinlikler:*

Katılımcıların tamamı yeme-içme yönündeki aktivetelerin yetersiz olduğunu dile getirmiştir. Yerel yönetimlerin bu konu ile ilgili çalışmalarının yetersiz hatta yok denilebilecek noktada olduğunu belirtmişlerdir. Fedarasyonların iş birliği yapmasını, doğa turizmi için gelen konuklara stantlarda tanıtım yapılabilecek etkinliklerin düzenlenmesinin katkısı olacağını ileri sürmüşlerdir.

*Bolu'yu Ziyarete Bulunan Turistlerin Beklentileri:*

Mülakata katılım sağlayan kişilerin %80'i kendi işletmelerinde ağırladıkları konukların beklentilerini karşıladıklarını ve işletmelerinden memnun ayrıldıklarını belirtmiştir. %20'lik

kısım ise il genelini temel alarak beklentilerin tamamının karşılanamadığını, gelen konukların ise eksikler konusunda onlara geri dönüt vermediğini belirtmiştir.

*Bolu'nun Seyahat Rotalarında Bulunan Tesis Yeterliliği:*

Katılımcıların %90'ı yeterli sayıda tesis bulunduğunu dile getirmiştir. Katılımcıların %10'u ise tesislerin yetersiz olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların ortak olarak aldıkları şikayetlerin, Bolu-Abant bölgesindeki hijyen sorunları ve fiyat yönünde olduğunu belirtmişlerdir.

*Bolu'ya Gelen Konukların Fiyatlar Hakkındaki Dönütleri:*

Katılımcıların %70'i, ağırladıkları konukların fiyatları oldukça makul bulunduğunu belirtmiştir. Diğerleri ise konukların fiyatları oldukça yüksek bulunduğunu söylemiştir. Katılımcıların ortak fikri, kişilerin büyük şehirlerden geldiğinde fiyatları daha makul bulunduğu yönündedir. Ayrıca gelenlerin ekonomik durumlarına göre bu algının değiştiğini özellikle belirtmişlerdir.

*Bolu'nun Turist Potansiyelinin Bölgesel Dağılımı:*

Katılımcıların %70'i, konukların ağırlıklı olarak İstanbul, Ankara güzergâhlarından ve yakın çevre illerden geldiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca oldukça sık Arap kökenli misafirler ağırladıklarını eklemiştir. Katılımcıların %10'u konuklarının Ege ve Akdeniz bölgelerinden geldiğini söylemiştir. Katılımcıların %10'u ise Kıbrıs ve Afrika ülkelerinden konuklar ağırladığını dile getirmiş, kalan %10 ise genel olarak her bölgeden konuk ağırladıklarını fakat çoğunlukla yurt içinden turistlerin olduğunu belirtmiştir.

*Ağırlanan Konukların Seyahat Amacı:*

Katılımcıların tamamı, ağırladıkları konukların doğa ve sağlık turizmi için Bolu'ya geldiklerini, ayrıca tarihi kültürel noktaları ziyaret ettiklerini belirtmişlerdir.

*Konukların Yerli ve Yabancı Dağılım Oranı:*

Katılımcıların tamamı ağırlıklı olarak yurt içinden konuk ağırladıklarını nadiren ise Arap, İngiliz ve İtalyan konuklarının olduğunu söylemiştir.

*Bolu'ya Mutfak ve Yemek Temalı Bir Müze Fikri:*

Katılımcıların %60'ı, şehirde bir mutfak ve yemek müzesi olmasının gelen konukların ilgisini çekeceğini öne sürerken %40'ı bunun bir katkısının olmayacağını, reklam ve tanıtım yetersizliğinden dolayı şehre çok fazla turist gelmediğini belirtmişlerdir.

*Gastronomi Temalı ve İşletme Esaslı Etkinliklere Katılım Durumu:*

Katılımcıların %70'i planlı bir etkinlik olduğunda (fuar, vb.) katılım sağlamak isteyeceğini belirtmiştir. Katılımcıların %30'u ise işletmelerinin böyle bir etkinliğe katılım sağlamasının ekonomik kısıtlar ve iş gücü yetersizliğinden dolayı mümkün olamayacağı yönünde olmuştur.

### *Ağırlanan Konukların İşletmelerden Bilgi Alma Yönündeki Talepleri:*

Katılımcıların tamamı ağırladıkları konukların bu yönde talepleri olduğunu dile getirmiştir. Konuklar çevre, yemekler ve kültürel gezi noktaları hakkında işletme sahiplerinden fikir alma taleplerinde bulduklarını belirtmişlerdir.

## **SONUÇ ve ÖNERİLER**

Bu çalışmada, Türkiye'nin önemli turistik destinasyonlarından biri olan Bolu'ya düzenlenen turistik turlar üzerinde gastronomi turizminin etkisi incelenmiştir. İşletme sahipleriyle yapılan görüşmeler sonucu ilk olarak işletmelerin birçoğunun coğrafi işaret ve mahreç konusunda bilgi sahibi olmadığı tespit edilmiştir. İkinci olarak katılımcılara Bolu ilinin gastronomi bilinirlik seviyesi ile ilgili sorulan soruda, katılımcıların büyük bir kısmının buna katılmadığı tespit edilmiştir. Katılımcılar bununla ilgili olarak, şehrin gastronomi ile değil Mengen ilçesinde aşçılar ile tanındıklarını özellikle belirtmiştir. Bolu'nun reklam ve tanıtım düzeyinin yetersizliği konusunda duran katılımcılar ve bu konuda gelişim sağlanması gerektiğini belirtmiştir.

Üçüncü olarak Bolu'ya ziyarette bulunan konukların yöresel lezzetlere olan talebi sorulmuştur. Katılımcıların birçoğu burada arz-talep ilişkisine değinmiştir. Bolu genelinde birçok yiyecek içecek işletmesi olmasına rağmen gelen konukların ağırlıklı olarak doğa turizmi için şehrin dışına geldiğini, şehir içi restoranlara çok uğramadıklarını, bu yüzden de işletmelerin zarara uğramamak adına yöresel yemeklere menülerinde yer vermediklerini dile getirmişlerdir. Bolu'ya gelen konukların genel olarak ziyaretlerinde ızgara ve fırın ürünlerini tercih ettiği saptanmıştır. Restoran ve konaklama işletmelerine turistlerin yöresel lezzet talepleri sorulduğunda işletme sahipleri genel olarak belirli birkaç lezzetin adının duyulduğu, bu lezzetlerin "cevizli keşli erişte" ve "kedi batmaz" olduğunu açıklamışlardır. Şehirde hizmet veren birçok yerde bu iki yemek ve oldukça bilinen "kabaklı gözleme"nin servisinin yapıldığı birkaç işletme tespit edilmiştir. İşletme sahiplerine menülerinde yer alan bu yöresel lezzetlerin turistler tarafından ne oranda talep gördüğü sorulduğunda, genel olarak yerel halkın tükettiğini dile getirmişlerdir. Bu noktada ziyaretçilerin yöresel lezzetleri tatma konusunda temkinli yaklaştığı kanısına varılmıştır.

Dördüncü olarak katılımcılara Bolu'nun turizm potansiyelinin yeterli olup olmadığı sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların tamamı şehrin turizm potansiyelinin yeterli olmadığını dile getirmiştir. Bu noktada yine arz-talep konusu gündeme gelmiştir. İşletme sahipleri, gelen konukların bir kısmının günübirlik doğa turları için geldiğini ya da Abant bölgesinde bulunan büyük otellerde konaklayıp otel dışına çıkmadıklarını dile getirmişlerdir. Doğa turizminde oldukça popüler olan Bolu'da, kültür ve gastronomi gibi turizm çeşitlerinin daha geri planda ve pasif olduğu tespit edilmiştir. İl genelinde doğa turizminin aktif olduğu yerlerde hizmet veren restoranlarda ise genel olarak kahvaltı, ızgara ve fırın lezzetlerinin sunulduğu tespit edilmiştir. Beşinci olarak şehirde yapılan yeme-içme aktivitelerinin yeterliliği konusunda ise katılımcıların tamamı bu yönde yapılan aktivitelerin kesinlikle yetersiz ve eksik olduğunu dile getirmişlerdir.

Şehirde yıl içinde düzenlenen Bolu Mengen Aşçılar Festivali ve Yayla Şenlikleri dışında yemek temalı bir etkinliğe rastlanmamıştır. Bolu merkezde faaliyet gösteren işletmeler, bu noktada merkezde düzenlenecek etkinliklerin oldukça faydalı ve dikkat çekici olacağını öne sürmüşlerdir. Katılımcılar tesis konusunda hiçbir eksikleri olmadıklarını ve şehre ziyarette bulunan turistlerin bu konuda bir sıkıntı çekme olasılıklarının çok düşük olduğunu belirtmişlerdir. Fiyat konusunda işletme sahipleri genel olarak pahalılık yönünde bir şikâyet almadıklarını aksine büyük şehirlerden gelen konukların fiyatları oldukça makul buldukları yönünde söylemlerini dile getirmişlerdir. Konukların büyük bir kısmının İstanbul, Ankara ve yakın illerden geldiklerini belirten katılımcılar, yabancı turist oranlarının da düşük olduğunu belirtmişlerdir.

Şehre gelen konukların büyük bir kısmı doğa ve sağlık turizmi için gelmektedir. Şehir bu konuda kültür ve gastronomi turları açısından oldukça geri planda kalmaktadır. Araştırma neticesinde Bolu'ya yapılan turistik turlara gastronomi turizminin etkisinin oldukça düşük olduğu kanısına varılmıştır. Şehre düzenlenen turistik turların nedenlerinin ağırlıklı olarak doğa, yayla ve sağlık turizmi olduğu anlaşılmaktadır. Gelen konukların büyük bir kısmı, yöresel yemekleri talep etmemekte ve mevcut yeme-içme alışkanlıklarını klasik Türk mutfağı üzerinden devam ettirmektedirler. Bolu merkezde faaliyet gösteren restoranların konuklarının büyük bir kısmını yerel halk oluşturmaktadır. Bolu'ya gelen konukların gastronomi kapsamına girebilecek en temel seyahatleri Abant ve Yedigöller bölgelerinde kahvaltı ya da ızgara tarzında olmaktadır. Bu noktada şehre gastronomi temelli bir talep olmadığı için de arz oluşmamıştır. İşletmeler ile yapılan görüşmelerde, işletme sahipleri tanıtım yetersizliğinden yakınmışlardır.

Bolu'da gastronomi turizminin geliştirilmesi ve böylece düzenlenecek seyahatlerin artırılması için yerel yönetimin tanıtım odaklı ve gastronomi festivalleri gibi etkinlikler düzenlemek suretiyle destek sağlamanın oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Tanıtım açısından Abant Gölü ve Yedigöller civarında hizmet veren sosyal tesislerde ve giriş noktalarında Bolu'nun yöresel yemekleri ile ilgili broşürler, açık hava reklam panoları, sosyal medya vb. etkin bir şekilde kullanılmalıdır. Bolu'da belediyeye bağlı olarak hizmet vermekte olan sosyal tesislerde, Bolu iline dair yöresel lezzetler sunulmalıdır. Türkiye'de düzenlenen gastronomi fuarlarına şehrin önde gelen yiyecek içecek sektöründe hizmet veren firmaların katılımı sağlanmalıdır. İşletmelerle gerçekleştirilen mülakat verilerine göre özel sektörde ağırlıklı olarak Bolu'da ikamet eden kişilere hizmet sunulduğu görülmüştür. Bu noktada şehir dışından gelecek konukları da göz önünde bulundurarak alternatif yöresel lezzetlerin menülere eklenmesi, şehir dışından gelecek konukların sayısının artmasını olumlu yönde etkileyebilecektir.

Çalışmanın en büyük kısıtlılığı; araştırmanın gerçekleştiği ildeki işletmelerin birçoğunun mülakat sürecine katılma konusunda olumlu tutum sergilememesi olmuştur. Mülakata katılan pek çok işletmenin yöneltilen sorulara genel olarak aynı ve kısa yanıtlar vermesi ve zaman ayırmak istememeleri de önemli bir dezavantaj olmuştur. Zaman kısıtlılığı göz önünde bulundurulduğunda ileride bu konuda araştırma yürütecek olan kişiler için sunulabilecek en önemli öneri, araştırma kapsamına ilçelerin de dâhil edilerek veri toplama ve örneklem kısıtlılığının ortadan kaldırılmasıdır. Bununla birlikte, Bolu yöresel mutfağına yönelik gezi rotalarının belirleneceği çalışmaların da bu konuda alanyazına önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Destek Bilgisi:** Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Türk Turizm Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

**Etik Kurul Onayı:** Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Etik Kurulundan 04.08.2023 tarih ve 92584 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

## KAYNAKÇA

Akyürek, S. ve Kutukız, D. (2020). Gastro Turistlerin Deneyimleri: Gastronomi Turları Kapsamında Nitel Bir Araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4): 3319-3346.

- Alibabić, V., Mujić, I., Rudić, D., Bajramović, M., Jokić, S. and Šertović, E. (2012). Traditional Diets of Bosnia and The Representation of The Traditional Food in The Cuisine Field. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 46: 1673-1678.
- Altner, D., Karabeyoğlu A. U. and Özkan-Altner, S. (2019). Quantitative Analysis of Planktonic Foraminifera Across The Cretaceous Paleogene Transition and Observations on The Extinction Horizon, Haymana Basin, Turkey. *Cretaceous Research*, 104: 104169.
- Altunışık, R., Coşkun R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Sakarya Yayıncılık, Sakarya.
- Altunsaban, S., Yay, Ö. ve Erdem, Ö. (2016). Yöresel Mutfak Kavramına İlişkin Şeflerin Bakış Açılarının Değerlendirilmesi Antalya Örneği, II. *Rize Turizm Sempozyumu*, Rize, Türkiye, ss: 237-261.
- Belber, B. G. ve Kamış, M. D. (2022). Gastronomi Turizminin Sürdürülebilirliğinde, Gastronomi Rotalarının Önemi, *Cukurova 8th International Scientific Researches Conference*, 15 - 17 April, Adana, Turkey.
- Brotherton, B. and Wood, R. C. (2000). Hospitality and Hospitality Management. C. Lashley, A. Morrison (Editörler), In Search of *Hospitality: Theoretical Perspectives and Debates*. (1-17) Butterworth- Heinemann, Oxford.
- Bulu, M. ve Eraslan, İ. H. (2008). Bolu İli Turizm Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Analizi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5(1): 1-33.
- Chemnasiri, N. and Kaewmoung, D. (2008). Farm Development to Become Agrotourism Area by Community Involvement in Saraburi, Thailand. *Amfiteatru Economic*, 10: 184-194.
- Çavuş, O. ve Eker, Ş. (2022). Coğrafi İşaretili Ürünlerin Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi: Bolu Kanlıca Mantarı, Mengen Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi* 6(1): 303-320.
- Çulha, O. ve Dağkiran, S. (2016). Restoran İşletmelerinde Üst Düzey Çalışanlar Açısından Yöresel Yiyecekler: Faydalar, Engeller ve Satın Alma Ölçütleri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(2): 195-212.
- Dilsiz, B. (2010). *Türkiye'de Gastronomi ve Turizm (İstanbul Örneği)*. T.C. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Dürsteler, E. (2014). Bad Bread and the "Outrageous Drunkenness of the Turks": Food and Identity in the Accounts of Early Modern European Travelers to the Ottoman Empire, *Journal of World History*, 25(2-3): 203-228.
- Erdem Ö., Mızrak M. ve Kemer A. K. (2018). Yöresel Yemeklerin Bölge Restoranlarında Kullanılma Durumu: Mengen Örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1): 44-61.
- Hall, C. M. and Mitchell, R. (2006). Gastronomy, Food and Wine Tourism. *Tourism Business Frontiers* içinde (ss. 137-147) Great Britain: Elsevier.
- Haven-Tang, C. and Jones, E. (2005). Using Local Food and Drink to Differentiate Tourism Destinations Through A Sense of Place: A Story From Wales-Dining at Monmouthshire's Great Table. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(4): 69-86.
- Hegarty, J. A. and O'Mahony, G. B. (2001). Gastronomy: A Phenomenon of Cultural Expression and an Aesthetic for Living. *International Journal of Hospitality Management*, 20(1): 3-13.

Hoşcan, N., Genç, K. ve Şengül, S. (2016). Bolu Kent Markası Oluşturma Sürecinde Aşçılık Kültürü ve Gastronomi Turizminin Önemi: Bolgamer Önerisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1): 52-76.

<https://bolu.goturkiye.com/tr/bolu-goturkiye> [Erişim Tarihi: 23.04.2023].

<https://bolu.ktb.gov.tr/TR-70009/festivaller--etkinlikler> [Erişim Tarihi: 20.04.2023].

<https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/liste?il=14> [Erişim Tarihi: 19.04.2023].

<https://sozluk.gov.tr> [Erişim Tarihi: 17.04.2023].

<https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/bolu/gezilecekyer> [Erişim Tarihi: 11.04.2023].

İrigüler, F. and Güler, M. E. (2017). Tourist Guides Perceptions on Gastronomic Tourism in Turkey, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(1): 3-19.

Kalaycı, D. B. ve Kanoğlu, E. (2021). Bolu'da Düzenlenen Yayla Şenliklerinde Yapılan Yemekler ve Değişimler. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, (5): 427-441.

Kastenholz, E., Davis, D. and Paul, G. (1999). Segmenting Tourism in Rural Areas: the Case of North and Central Portugal, *Journal of Travel Research*, 37: 353-363.

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

López, X. A., and Martin, B. G. (2006). Tourism and Quality Agro-Food Products: an Opportunity for the Spanish Countryside. *Tijdschriftvooreconomische en Socialegeografie*, 97(2): 166-177.

Özdemir, G. ve Altınar, D. D. (2019). Gastronomi Kavramları ve Gastronomi Turizmi Üzerine Bir İnceleme, *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1): 1-14.

Öztürk, E. (2008). Bolu Ağzında Yemek Kültürüyle İlgili Kelimeler; *Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(17): 128-132.

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

Sünnetçioğlu, S., Can, A. ve Durlu-Özkaya, F. (2012). Yavaş Turizmde Coğrafi İşaretlemenin Önemi. *13. Ulusal Turizm Kongresi*, 6-9 Aralık 2012, Antalya, 953-962.

Şahin, G. (2013). Coğrafi İşaretlerin Önemi ve Vize (Kırklareli)'nin Coğrafi İşaretleri, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (15): 23-37.

Tanrıkkulu, M. ve Doğandor, E. (2021). Coğrafi İşaretleri ve Coğrafi İşaret Potansiyeliyle Bolu İli. *ÇAKÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1): 223-257.

Timothy, D. J. and Ron, A. S. (2013). Understanding Heritage Cuisines and Tourism: Identity, Image, Authenticity and Change. *Journal of Heritage Tourism*, 8(2-3): 99-104.

Yenipınar, U., Köşker, H. ve Karacaoğlu, S. (2014). Turizmde Yerel Yiyeceklerin Önemi ve Coğrafi İşaretleme: Van Otlı Peyniri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2): 13-23.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yiğit, E. A. ve Yiğit, Y. (2020). Probiyotik Besinlerin Sağlık Üzerine Etkisi. *Turan: Stratejik Araştırmalar Merkezi*, 12(46): 339-345.