



JOURNAL OF TOURISM AND GASTRONOMY STUDIES

WWW.JTAGS.ORG

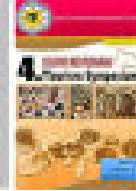
ISSN: 2147 - 8775

4. EASTERN MEDITERRANEAN Tourism Symposium



Year: 2016
Volume: 4
Special Issue: 1

Akdeniz Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi (The Evaluation of Mediterranean Cuisine as a Gastronomic Tourism Product)	
Serkan ŞENGÜL, Oğuz TÜRKAY.....	86-99
Somut Olmayan Kültürel Miras Kaynağı Olarak Yöresel Yiyeceklerin Turizm Endüstrisinde Kullanılması (Use of Local Food as a Source of Intangible Cultural Heritage in Tourism Industry)	
Gizem ÇAPAR, Uysal YENİPİNAR.....	100-115
Makro Çevre Unsurlarının Yazılı Plan ve Politika İfadelerinden Hareketle Gastronomi Turizmine Bakışı (Exploration of Macro Environmental Bodies' Perspective Towards Gastronomic Tourism Through Written Planning and Policy Statements)	
Göknil Nur SEVER, Mehtap ÖZKAN BUZLU, Gamze YILDIZ.....	116-138
Hatay İli 3, 4 ve 5 Yıldızlı Konaklama İşletmeleri Yiyecek İçecek Bölümü Organizasyon Yapıları Üzerine Bir İnceleme (A Study on Organizational Structures of Department of Food & Beverage in 3, 4, 5 Star Hotels in Hatay)	
Halil DEMİRER, Fatih ÖZDEMİR.....	139-152
Tripadvisor.com'da Yer Alan Restoran Şikâyetlerinin Analizi: Mersin ve Hatay'da Yöresel Yiyecek Sunan Restoranlara Yönelik Bir Araştırma (Analysing Restaurant Complaints Available at Tripadvisor.com: A Study on Local Food Restaurants Located in Mersin and Hatay)	
Ali DALGIÇ, Ozan GÜLER, Kemal BİRDİR.....	153-173
Turistlerin Seyahat Motivasyonlarında Yöresel Mutfağın Rolü (The Role of Local Cuisine in Tourists' Travel Motivation)	
Derya TOKSÖZ, Sercan ARAS.....	174-189
Kültürel Bir Değer Olarak Unutulmaya Yüz Tutmuş Geleneksel Hatay Yemekleri ve Bu Kültürel Değerin Korunması Önerileri (Hatay's Traditional Foods as a Cultural Value that Sinking into Oblivion and Suggestions about Protecting This Cultural Value)	
Fatih ÖZDEMİR, Büşra GÜNGÖR.....	190-199
Eğirdir Destinasyonunun Marka Kimlik Unsurlarının İncelenmesi: Gastronomi Kimliğine Yönelik Bir Çalışma (Evaluation of Eğirdir Destination Brand Identity Elements: A Study on the Gastronomic Identity)	
Ömer Kürşad TÜFEKÇİ, Gürkan KALKAN, Nezihe TÜFEKÇİ.....	200-214



ABOUT THIS SPECIAL ISSUE

This special issue which was supported by "Mersin University – Faculty of Tourism Alumni Association" contains the selected twenty conference papers presented during the IV. Eastern Mediterranean Tourism Symposium that was hosted by Mustafa Kemal University on 17 April 2015.

We would like to thank all authors, referees and organizing committee members of the symposium for their unique contributions to this special issue.

Sincerely yours,

İrfan YAZICIOĞLU (Ph.D.)

Chief Editor of Jotags
editor@jotags.org

Celil ÇAKICI (Ph.D.)

Guest Editor of Special Issue
celilcakici@mersin.edu.tr

Abstracting&Indexing

ULAKBİM

Index Copernicus International
ASOS Index

International Scientific Indexing
Global Impact Factor (GIF)

Universal Impact Factor
Scholar Steer

Acar Index

Directory of Research Journals Indexing (DRJI)

Scientific Indexing Services (SIS)

CiteFactor Academic Scientific Journals

SPECIAL ISSUE EDITORIAL BOARD MEMBERS

R. Pars ŞAHBAZ, Gazi University, pars@gazi.edu.tr

Fügen DURLU ÖZKAYA, Gazi University, fugen@gazi.edu.tr

Menekşe CÖMERT, Gazi University, meneksecomert@gazi.edu.tr

Hakan KOÇ, Gazi University, hkoc@gazi.edu.tr

Aybuke CEYHUN SEZGİN, Gazi University, aybukeelif@gazi.edu.tr

Ahmet TAYFUN, Gazi University, tyfun@gazi.edu.tr

Cemil SÜSLÜ, İskenderun Technical University, cemil.suslu@iste.edu.tr

Fikret GÖKÇE, İskenderun Technical University, fikret.gokce@iste.edu.tr

Duygu BABAT, Adıyaman University, dbabat@adiyaman.edu.tr

Ozan GÜLER, Mersin University, ozanguler17@hotmail.com

BOARD OF REFEREES

Fatma Füsun İSTANBULLU DİNÇER, İstanbul University, istanbul@istanbul.edu.tr

Ali ERBAŞ, Eskişehir Osmangazi University, aerbas@ogu.edu.tr

İsmail KIZILIRMAK, İstanbul University, ikizilirmak@yahoo.com

Senra AKAR ŞAHİNGÖZ, Gazi University, senras@gazi.edu.tr

Mehmet Emre GÜLER, İzmir Kâtip Çelebi University, memre.guler@ikc.edu.tr

Kamil UNUR, Mersin University, konun@mersin.edu.tr

Halil DEMİRER, İskenderun Technical University, demirerhalil@gmail.com

Gürkan AKDAĞ, Mersin University, gurkanakdag@mersin.edu.tr

Göknül Nur SEVER, Mersin University, goknulkocak@hotmail.com

Yılmaz AKGÜNDÜZ, Dokuz Eylül University, yilmaz.akgunduz@deu.edu.tr

Uysal YENİPİNAR, Mersin University, uyusalvenipinar@mersin.edu.tr

Sibel Güler ÖNÇEL, Anadolu University, sguler@anadolu.edu.tr

Saadet Pınar TEMİZKAN, Eskişehir Osmangazi University, sptemizkan@ogu.edu.tr

Rahman TEMİZKAN, Eskişehir Osmangazi University, rtemizkan@ogu.edu.tr

Neziha TFEKI, Süleyman Demirel University, nezihatufekci@sdu.edu.tr

Nee Kafa, Adiyaman University, nkafa@adiyaman.edu.tr

Kamil YAĞCI, Pamukkale University, kyagci74@yahoo.com

Hürriyet MEN, Ardahan University, hurriyetcimen@ardahan.edu.tr

Hatice GÜÇLÜ NERGZ, Kocaeli University, hg.nergiz@kocaeli.edu.tr

Özlem SÜRÜCÜ, Sinop University, altanoz@sinop.edu.tr

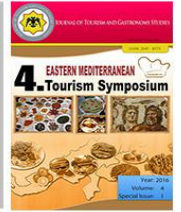
Fatih ZDEMR, İskenderun Technical University, fatih2002@yahoo.com

DiĖdem ESKYRK, Çukurova University, dtecer@cu.edu.tr

Cemil SÜSLÜ, İskenderun Technical University, cemil.suslu@iste.edu.tr

Burçin Cevdet ETNSZ, Mersin University, cetinsoz@mersin.edu.tr

Azade zlem ÇALIK, Ankara University, doglu@ankara.edu.tr



Makro Çevre Unsurlarının Yazılı Plan ve Politika İfadelerinden Hareketle Gastronomi Turizmine Bakışı (Exploration of Macro Environmental Bodies' Perspective Towards Gastronomic Tourism Through Written Planning and Policy Statements)

Göknül Nur SEVER^a, *Mehtap ÖZKAN BUZLU^a, Gamze YILDIZ^a

^a Mersin University, Faculty of Tourism, Çiftlikköy Campus, Mersin/ Turkey

Anahtar Kelimeler

Gastronomi
Gastronomi turizmi
Politika
Planlama

Öz

Araştırmanın kapsamını oluşturan politik çevre unsurları; 1963-2018 yılları arasında kapsayan on adet Kalkınma Planı, son üç kalkınma planı dönemine ait VIII, IX, ve X. Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporları, Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2007-2013, Kültür ve Turizm Bakanlığı Stratejik Planları'ndan oluşmaktadır. Araştırmada içerik analizi ve betimsel analiz yöntemleri kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, kalkınma planları ve turizm özel ihtisas komisyon raporlarında geliştirilmesi planlanan turizm türleri arasında “gastronomi turizmi” nin ayrı bir turizm türü olarak yer almadığı görülmüştür. Bununla birlikte, kalkınma planlarında gastronominin turizm gelirlerini artırıcı bir unsur olarak görüldüğü; özel ihtisas komisyonu raporlarında ise; ülke tanıtımını, ihracatı, kültür turizmini ve ekoturizmi destekleyici bir unsur olarak değerlendirildiği ortaya çıkmıştır. Yalnızca, Türkiye Turizm Stratejisi-2023 ve Eylem Planı 2007-2013'te “gastronomi turizmi” ayrık bir turizm türü olarak konumlanmakta ve gastronomi turizminin geliştirileceği bölgeler planlanmaktadır. Çalışmanın sonunda, gastronomi turizmüne yönelik yapılacak yatırım kararlarına yol gösterici olabilecek önerilerde bulunulmuştur.

Keywords

Gastronomy
Gastronomy tourism
Policy
Planning

Abstract

Scope of the study contains, 10 National Development Plans contains the years of 1963-2018, VIII., IX. and X. Tourism Specialization Commission Reports belong to the period of last three national development plans, Türkiye Tourism Strategy Report -2023 and Action Plan 2007-2013, Ministry of Culture and Tourism Strategic Reports. Applied content and descriptive analysis pointed out some critical findings. Analysis results of planning and policy statements show that gastronomic tourism has not been considered as a distinctive tourism type, but rather treated as an input tool for increasing tourism revenue, supporting promotion activities and cultural and ecotourism. 2023 Turkey Tourism Strategy report provide an exception while treating gastronomy as a distinctive tourism type and specify gastronomic tourism development areas. These findings lead some further suggestions to gastronomy investors and students.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: mehtapozkanbuzlu@hotmail.com (M. Özkan-Buzlu)

GİRİŞ

Gastronomi turizmi; özel bir yemek türünü tatmak, bir yemeğin üretim süreçlerini görmek gibi amaçlarla, yiyecek üreticilerini, yemek festivallerini, restoranları ve özel alanları ziyaret etmek olarak tanımlanmaktadır (Yüncü, 2010, sf. 29). Bu perspektiften; insanların yeni ve farklı lezzetler tatmak, yöresel yiyecek ve içeceklerin hazırlanışını ve sunumunu görmek, yöresel yiyecek ve içeceklerle ilgili çeşitli organizasyonlara katılmak gibi sebeplerle farklı destinasyonları ziyaret edebildikleri anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, destinasyonların yöresel yiyecek içecek çeşitliliği bakımından zenginliği, turistik bir çekicilik unsuru haline gelerek, bu amaçla seyahat planlaması sonucunu doğurabilmekte ve nihayetinde ‘gastronomi turizmi’ yeni bir turizm türü olarak belirebilmektedir. Günümüzde giderek dikkat çeken gastronomi turizmi özellikle zengin bir yerel yeme içme kültürüne sahip olan destinasyonlar için büyük bir potansiyel arz etmekte ve bir çok destinasyon da bunun farkında olarak gastronomi turizminden ciddi gelirler elde edebilmektedir (Çalışkan, 2013, sf. 43). Türkiye de, sahip olduğu lezzet çeşitliliği ve zengin mutfak kültürüyle gastronomi turizmi için önemli bir potansiyele sahiptir (Bucak ve Arpacı, 2013; Cömert ve Özkaya, 2014) . Bu çalışmada, Türkiye’de gastronomi turizminin ulusal politika ve planlarda ne şekilde yer aldığı ve gastronomi turizminin geliştirilmesi planlanan bölgelerin nereler olduğu tespit edilerek gastronomi turizmine yönelik yapılacak yatırım kararları için yol gösterici öneriler getirilmesi amaçlanmaktadır. Bu çalışma; gastronomi eğitimi alan öğrencilere gelecek projeksiyonu açısından katkı sağlayabilir. Planlı gastronomi destinasyonlarının belirlenmesi; Turizm Fakültesi bünyesinde öğrenci kabulüne başlamış olan gastronomi bölümlerinden mezun öğrenciler için öğrenim sürecinde stajlar ve mezuniyet sonrasında girişimcilik veya iş imkanları açısından ufuk açıcı olabilir.

Türkiye’de gastronomi turizminin ulusal politika ve planlamalardaki yerine ilişkin bilgiler sunulmadan önce takip eden kısımlarda, öncelikle gastronomi ve gastronomi turizmi kavramları alanyazına dayanarak açıklanmakta, daha sonra Türkiye’de turizm politika ve planlamasına yönelik hazırlanan makro plan ve raporlar hakkında bilgilere yer verilmekte, akabinde politik çevrenin yatırımlar ve işletmeler açısından önemi açıklanmaktadır.

Gastronomi Kavramı ve Gastronomi Turizmi

Gastronomi, “dönüşümsel olarak; yemek pişirme, hazırlama, sunum ve hazırlanan yiyeceğin tüketimi” olarak tanımlanmaktadır (Richard, 2002, sf.17). Yiyecek ve içecek çeşitleri, yiyecek ve içeceklerin üretimi, sunumu ve tüketimi, gıdaların fizyolojisi, mikrobiyolojisi, beslenme, yeme içme alışkanlıkları, eğilimleri ve restoran yönetimi gastronomi kapsamına girmektedir (Çalışkan, 2013, sf. 40). Bu bağlamda, gastronominin tarlada yetişen ürünün üretim sürecinden başlayarak, yiyecek ve içecek olarak tüketimine kadarki bütün süreçleri içerdiği düşünülebilir.

Günümüzde insanlar yeni ve farklı bir yiyecek içecek deneyimi yaşamak, özgün yerel mutfakları deneyimlemek, yöresel bir yiyecek veya içeceğin üretim süreçlerini görmek, yiyecek ve içeceklerle ilgili bir etkinliğe katılmak gibi sebeplerle farklı yerlere seyahat edebilmektedirler (Richard, 2002; Kivela ve Crotts, 2005; Yüncü, 2010; Çalışkan, 2013; Gökdeniz, Erdem, Dinç ve Çelik Uğuz, 2015). Bu bağlamda, yeni bir yiyecek ve içecek deneyimi yaşamak için seyahat motivasyonu yaratan ve seyahat davranışlarının güdülenmesine önemli ölçüde yardımcı olan bir turizm şekli olarak “gastronomi turizmi” ortaya çıkmaktadır (Gökdeniz vd. , 2015, sf. 15). Gastronomi turizmi, seyahatlerini kısmen veya tamamen yerel mutfakları tatmak ve gastronomiyle ilgili aktivitelere katılmak amacıyla planlayan turistler ve ziyaretçilerle ilgili bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır (UNWTO, 2012, sf. 2). Gastronomi turizmi, turiste tatil deneyiminde yerel mutfığa ait tatları, kokuları ve dokuları tanıma ve yaşama olanağı sunarak, benzersiz bir yiyecek ve içecek deneyimi sağlamaktadır (Çalışkan, 2013, sf. 41). Bu noktada, bir destinasyonun özgün nitelikleri, destinasyona olan turizm talebi ve turizm harcamaları bakımından önemli bir unsur olarak ön plana çıkmakta; “özgün” yerel ve bölgesel yiyecek arayışı bir destinasyonu ziyaret etmede önemli bir motivasyon unsuru haline gelebilmektedir (Richard, 2002, sf. 12). Ayrıca; dünyada her geçen gün artan sayıda turist, öğrenme deneyimleri aramakta ve gastronomik deneyim bu çaba içerisinde çok farklı yollardan, giderek artan oranda öne çıkan bir unsur haline gelmektedir (UNWTO, 2012, sf. 6). Gastronomi ile ilgili bu yaklaşımlar birlikte değerlendirildiğinde; hem turistlerin yenilik arayışı ve öğrenme isteği gibi iten faktörlerin, hem de destinasyonun özgün nitelikleri gibi çeken faktörlerin gastronomi turizmi açısından belirleyici unsurlar olduğu ve her geçen gün artan sayıda insanı bu faaliyetlere yönlendirdiği düşünülebilmektedir. Nitekim, Dünya Turizm Örgütü tarafından hazırlanan ‘Yemek Turizmi Küresel Raporu’na göre, destinasyonların turizm gelirleri içerisinde gastronominin payının yaklaşık % 30 olduğu tahmin edilmektedir (UNWTO, 2012, sf. 14). Bu gelir yaratıcı etkisinin yanı sıra; gastronomi destinasyonların pazarlanmasında da önemli ölçüde rol oynamaktadır (Richard, 2002, sf 16; Kivela ve Crotts, 2005, sf. 51). Gastronomi destinasyon ve destinasyon imajıyla ayrılmaz şekilde bağlantılıdır (Kivela ve Crotts, 2005, sf. 51). Gastronomiyi turizm açısından değerli kılan yönlerinden biri de, kültürle olan bağlantısının da etkisiyle bir destinasyonun benzersiz bir kimlik oluşturmasına sağladığı katkıdır (Çalışkan, 2013, sf. 41). Gastronomik kimlik, taklit edilememesi özelliğiyle destinasyonda sürdürülebilir bir rekabet üstünlüğü sağlanabilmekte (Yüncü, 2010, sf. 30; Çalışkan, 2013, sf. 46) veya var olan yerel imaj ve kimliği güçlendirilebilmektedir (Richard, 2002, sf: 13). Destinasyonların gastronomi üzerinden pazarlanmasının diğer faydaları; yerel tarım ve hayvancılığın gelişmesi (Çalışkan, 2013, sf. 46), yiyecek imalatı ve satışına yaptığı uyaran etkisi gibi tamamlayıcı aktiviteler aracılığıyla sağladığı katkı, yöredeki yiyecek içecek kalitesinin artması (Richard, 2002, sf: 13) ve yerel tüketimi canlandırarak, yerel ekonomiye sağladığı kazanç (Yüncü, 2010, sf. 30) olarak değerlendirilebilmektedir.

Türkiye’de Turizm Politika ve Planlamasına Yönelik Hazırlanan Makro Plan ve Raporlar

Planlama, belli bir dönemde sosyo-ekonomik amaçlara ve sayısal olarak ifade edilen hedeflere ulaşabilmek için, bu işle görevlendirilmiş organlar tarafından ve daha önceden saptanan araçları kullanmak suretiyle yürütülen faaliyetlerin tümü; politika ise karar vermeye yön gösteren genel rehberler biçiminde tanımlanmaktadır (Yağcı, 2007, sf. 193-194). Türkiye, 1963 yılından itibaren demokratik bir temel yapı içerisinde planlı kalkınma dönemine girmiştir. Planlı kalkınmaya yol gösterici olarak hazırlanan kalkınma planları, belirtilen toplumsal ve iktisadi amaçları gerçekleştirmek için belirlenen araçları ve bu araçların kullanılmasında uyulacak temel ilkeleri gösteren ‘plan hedefleri ve stratejisi’ esas alınarak oluşturulmuştur (Kalkınma Bakanlığı, 2015a). Kalkınma planları yapı itibarıyla, kaynakların hedeflere ulaşmada nasıl kullanılacağını, farklı alanlarda yapılması gerekli görülen düzenlemeleri ve alınacak tedbirleri içermektedir. Özel İhtisas Komisyonu Raporları, belirli sayıda katılımcının görev aldığı çalışma gruplarının bir araya gelmesiyle farklı bakış açıları ile yapılan tartışmalar ve üretilen fikirler sonucu kalkınma planlarının hazırlanmasına perspektif sunan ve plan metnine girdi sağlayan raporlardır (Kalkınma Bakanlığı, 2015k). Komisyon çalışmaları sonucunda kamuoyuna arz edilen raporlar, kurumsal, sektörel ve bölgesel planlar ile çeşitli alt ölçekli planlar, politikalar, akademik çalışmalar ve araştırmalar için kaynak dokümanlar olma amacına yönelik hazırlanmaktadır.

Turizm özel ihtisas komisyonu raporları ve kalkınma planlarında turizm sektörüne ilişkin plan ve politikalar da yer almaktadır. İlk kalkınma planından itibaren hazırlanan tüm kalkınma planlarında yer alan turizm, istihdam olanakları ve milli gelir artışına paralel olarak gerçekleşmesi planlanan refah artışı için bir ‘gelir kaynağı’ olarak görülmektedir. Turizm faaliyetlerinin bu gelir yaratıcı etkisinden en yüksek düzeyde yararlanırken kaynakların etkin ve verimli bir şekilde kullanılabilmesi için turizme ilişkin hususların planlı bir şekilde geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Örgütlenmiş toplumlarda bu planlı gelişmeyi sağlayabilmek için, kamu yönetimi tarafından turistik gelişmenin gidişine yapılan bilinçli müdahaleler turizm politikası olarak adlandırılmaktadır (Olalı, 1990, sf. 30). Makro boyutta hazırlanan turizm planları ise, turizm politikasını oluşturan temel elemanlardan olup; politikanın yürütülmesinde kullanılan en önemli araçlardır (Batman ve Türkay, 2009, sf. 14). Turizm planlaması; bir dönemde turizm sektöründe ulaşılmak istenen hedefleri, bu hedeflere varabilmek için yararlanılabilecek araçları, olanakları, yapılacak işleri, iş zamanlamasını ve işlerin sorumlularını gösteren disiplinli düzenlemelerdir (Olalı, 1990, sf. 25). Turizmin kontrolsüz gelişmesini önlemek, arazi kullanımını kontrollü olarak geliştirmek, turizmin yol açabileceği çevresel, toplumsal ve kültürel sorunları önlemek, taşıma kapasitesinin zorlanmasının önüne geçmek, aşırı turist sayısını sınırlandırmak, hizmet kalitesinde düşmeyi önlemek gibi amaçlarla turizm planlamasının yapılmasına ihtiyaç duyulmaktadır (İçöz, Var ve İlhan, 2002, sf. 60). Türkiye’de de turizmin yol açabileceği olumsuz sonuçları engellemek ve turizmin kontrollü bir şekilde gelişimini sağlamak amacıyla, 1963 yılından itibaren

Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporları hazırlanmış ve bu raporların yol göstericiliğinde kalkınma planları içerisinde turizmle ilgili hedef, plan ve politikalara yer verilmiştir. IX. Kalkınma Planı'nda (2007 – 2013) yer alan “turizm sektörünün uzun vadeli ve sağlıklı gelişmesini sağlamak üzere Turizm Sektörü Ana Planı hazırlanacaktır” ifadesiyle belirtilen hedef doğrultusunda, 2007 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan Türkiye Turizm Stratejisi – 2023 ve Eylem Planı'nın da aynı amaca hizmet ettiği düşünülebilir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007). Türkiye Turizm Stratejisi, kamu ve özel sektörün yönetim ilkesi kapsamında turizm sektörüne yönelik işbirliğini gündeme taşıyan ve stratejik planlama çalışmalarının yönetim ve uygulaması açısından açılımlar sağlamasını hedefleyen bir çalışmadır. Katılımcı planlama anlayışı ile hazırlanmış olan Türkiye Turizm Stratejisi ve Eylem Planı'nın temel amacı, uygulama süreçlerinde sektörün önüne yönlendirici bir yol haritası konulmasıdır. Planlı gelişmeye yönelik hazırlanan bir diğer kaynak, Kültür ve Turizm Bakanlığı Stratejik Planlarıdır. Kamu kaynaklarının etkin ve şeffaf kullanımının sağlanmasına yönelik 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu ve ikincil mevzuatı gereği ilki 2010-2014 yıllarında yürürlüğe giren (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2010), ikincisi de 2015-2019 dönemi için hazırlanan iki adet Kültür ve Turizm Bakanlığı Stratejik planı bulunmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013). Kültür ve Turizm Bakanlığı Stratejik Planları ile Bakanlık hizmetlerinin etkinliğinin artırılması ve bu sayede ülkemizde daha gelişmiş bir kültür, sanat ve turizm ortamı oluşması hedeflenmiştir.

Bahsedilen plan ve raporların, ülkede turizmin kontrollü gelişimini sağlamakla birlikte, işletmeler için de yatırım planlama ve işletme süreçlerinde gözetilmesi gereken politik çevre unsurları oldukları değerlendirilmektedir. Takip eden kısımda politik çevrenin yatırımlar ve işletmeler açısından önemi açıklanmaktadır.

Politik Çevrenin Yatırımlar ve İşletmeler Açısından Önemi

Ülkelerdeki karar mercileri politika ve planlamalar yaparken; işletmelerde kendi işletme politikalarını belirler ve bir takım planlamalar yaparlar. İşletmeler planlama yaparken ve politika belirlerken, kendi kontrolleri dışındaki bir takım çevresel faktörlerden etkilenirler (Kotler, Bowen ve Makens, 2003, sf. 134; Altunışık, Özdemir ve Torlak, 2006, sf. 29; Mucuk, 2006, sf. 19). İşletmelerin pazarlama faaliyetlerini de etkileyen çevresel faktörler, genel olarak dar çerçevede mikro çevre faktörleri (tedarikçiler, rakipler, çalışanlar, müşteriler, araçlar) ve geniş çerçevede makro çevre faktörlerinden (ekonomik, demografik, teknolojik, ekolojik ve politik-yasal) oluşmaktadır (Altunışık, Özdemir ve Torlak, 2006, sf. 30). İşletme pazarda başarıya ulaşabilmek için pazarlama programlarını çevre koşullarına uygun şekilde yönetebilmelidir (Mucuk, 2006, sf. 19). Politik ve yasal çevredeki gelişmelerden güçlü şekilde etkilenen işletmelerin, yeni fırsatların ve tehditlerin farkına varması için bu gelişmeleri izlemesi ve koşullara uygun hamlelerde bulunması gerekir (Kotler, Bowen ve Makens, 2003, sf. 134; Kotler ve Keller, 2006, sf. 52-93). Politik ve hukuki çevre faktörleri başlıca; genel para ve kredi politikaları; çevre koruma, toplum sağlığını koruma vb., kısıtlayıcı yasalar ve uygulamalar;

belirli endüstrilere ilişkin yasalar (örneğin; teşvikler, döviz tahsisi, gümrük indirimi veya muafiyeti sağlama) ve ihracatı teşvik için sağlanan özel teşvik uygulamalarıdır (Mucuk, 2006, sf. 23). Ekonomik ve toplumsal gelişmenin tüm yönlerini içeren beş yıllık kalkınma planları, ekonomik ve toplumsal yapının uzun dönemde alacağı biçime yönelik önermeleri şekillendirirken; üretim yapısı, ekonominin büyüme hızı ve uzun dönem stratejiler açısından yönlendiricidir (Kepenek, 1990, sf. 137). Politik çevre unsurları olan planların ve raporların, yatırımcılar tarafından gözetilmesi yapılacak yatırımların performansı açısından belirleyicidir. Bu saptamalar ışığında, ulusal plan ve raporlardaki gastronomi turizmüne yönelik kararların gastronomi turizmi alanında yatırım yapmayı planlayan yatırımcılar tarafından dikkate alınmasının fayda sağlayacağı değerlendirilebilir.

YÖNTEM

Bu çalışmada, Türkiye’de gastronomi turizminin ulusal politika ve planlarda ne şekilde yer aldığı ve gastronomi turizminin geliştirilmesi planlanan bölgelerin nereler olduğu tespit edilmeye çalışılmaktadır. Araştırmanın kapsamı, politik çevre unsurları olarak değerlendirilebilecek 1963-2018 yılları arasını kapsayan on adet Kalkınma Planı, son üç kalkınma planı dönemine ait VIII, IX, ve X. Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporları, Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2007-2013, Kültür ve Turizm Bakanlığı Stratejik Planları’ndan oluşmaktadır. Kalkınma Bakanlığının ilgili birimi ile 27.04.2015 tarihinde yapılan telefon görüşmesinde; sekizinci kalkınma planı döneminden önceki Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporlarının elektronik ortama aktarılmamış olduğu ve yalnızca Kalkınma Bakanlığı kütüphanesinde muhafaza edildiği, ayrıca Altıncı Kalkınma Planı döneminde Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporunun yayınlanmadığı bilgisi alınmıştır. Araştırma amaçları paralelinde, sadece son üç kalkınma planı dönemine ait Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporlarını dikkate almanın bundan sonraki süreçte yapılabilecek gastronomi yatırımlarına yönelik çıkarım yapabilmek için önemli bir kısıt oluşturmadığı değerlendirilmiştir.

Araştırma iki aşamada gerçekleştirilmektedir. Birinci aşamada, içerik analizi yöntemi kullanılmaktadır. İçerik analizi; dokümanlar, mülakat dökümleri ya da kayıtlara ait çok sayıdaki verinin, daha anlamlı ve daha az sayıdaki kategorilere ayrılarak karakterize edilmesi ve karşılaştırılmasında kullanılan bir yöntemdir (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu & Yıldırım, 2007: 268-270). İçerik analizi teknikleri; kitaplar, dergiler, şiirler, resimler, demeçler, mektuplar, yasalar, tüzükler ve bunlarla ilgili her türlü bileşen ya da koleksiyon da dahil olmak üzere farklı iletişim şekilleri veya araçlarından herhangi birine uygulanabilmektedir (Babbie, 1989: 293). İçerik analizi, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve anlaşılır şekilde düzenleyerek yorumlamaya yaramaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2013: 259). Bu aşamada içerik analizine veri oluşturan kaynaklar, Kalkınma Planları ve son üç kalkınma planı dönemine ait VIII, IX, ve X. Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporları’dır. Kalkınma planları tüm sektörlerle yönelik planları içerdiğinden, bu aşamanın analiz sürecinde yalnızca turizm başlığı altındaki ifadeler dikkate

alınmıştır. Bu plan ve raporlara yapılan içerik analiziyle, geliştirilmesi planlanan turizm türleri tespit edilmektedir. Böylece, hem Türkiye’de turistik ürün çeşitlemesine yönelik bakış açısı dönemsel olarak ortaya konulmakta, hem de geliştirilmesi planlanan turizm türleri arasında gastronomi turizminin yeri tespit edilmektedir. Analiz aşamasında, plan ve raporlarda net olarak ifade edilmemiş olan turizm türleri kodlanırken Albayrak’ın “Alternatif Turizm” (2013) adlı eserinden yararlanılmıştır.

Araştırmanın ikinci aşamasında uygulanan yöntem “betimsel analiz” dir. Betimsel analiz; araştırmacının çeşitli veri toplama teknikleriyle elde etmiş olduğu verileri, daha önceden belirlenmiş temalara göre özetlediği ve yorumladığı, gerektiğinde görüş veya ifadeleri çarpıcı bir biçimde yansıtılabilmek amacıyla doğrudan alıntılara sık sık yer verdiği bir analiz türüdür (Yıldırım ve Şimşek, 2013, sf. 256). Betimsel analiz, analiz için bir çerçeve oluşturma, tematik çerçeveye göre verilerin işlenmesi (verilerin anlamlı mantıklı bir biçimde araya getirilmesi), bulguların tanımlanması ve yorumlanması olarak dört aşamadan oluşmaktadır (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2012, sf. 324). Bu aşamada, betimsel analize veri oluşturan kaynaklar; Kalkınma Planları, son üç kalkınma planı dönemine ait VIII, IX, ve X. Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporları, Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2007-2013, Kültür ve Turizm Bakanlığı Stratejik Planları’dır. Belirtilen bu plan ve raporlarda, gastronomiyle ilgili ifadeler tespit edilerek, ulusal plan ve politikalarda gastronomi turizminin ne şekilde yer aldığı ve gastronomi turizmi için hangi bölgelerin belirlendiği ortaya konulmaktadır. Betimsel analiz için veri kaynakları ile çerçeve oluşturulurken, gastronomi turizmine tema oluşturacak “yiyecek”, “yemek”, “lezzet”, “mutfak”, “gastronomi” ifadeleri; alan yazındaki gastronomi ve gastronomi turizmine ilişkin tanımlar ve açıklamalar incelenerek belirlenmiştir. Veriler, bu tematik çerçeveyi oluşturan ifadeler ile taranarak anlamlı ve mantıklı bir biçimde bir araya getirilmiştir. Bu şekilde elde edilen bulgular tanımlandıktan sonra, ifadeleri olduğu gibi ve çarpıcı bir biçimde yansıtılabilmek amacıyla ilgili kısımlara doğrudan alıntılarla yer verilmiş ve yorumlamaya gidilmiştir.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu kısımda, öncelikle kalkınma planlarında ve turizm özel ihtisas komisyon raporlarında geliştirilmesi planlanan turizm türlerine yönelik içerik analizi bulgularına yer verilmektedir. Daha sonra, tüm plan ve raporlardaki gastronomiyle ilgili ifadelerle yönelik olarak betimsel analiz bulguları sunulmaktadır. Son olarak da, tüm ulusal plan ve politikalarda gastronomiye yönelik konumlama bir sentez şeklinde sunulmaktadır.

Kalkınma Planlarında Geliştirilmesi Planlanan Turizm Türleri

1963-2018 yılları arasını kapsayan on adet kalkınma planı geliştirilmesi planlanan turizm türleri incelenmiş ve gastronomi turizminin geliştirilmesi planlanan turizm türleri içerisinde yer alıp almadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Kalkınma planlarında geliştirilmesi planlanan turizm türleri

Tablo 1’de sunulmuştur. I. ve II. kalkınma planlarında iç turizmin geliştirilmesi hedeflenmiştir. I. BYKP döneminde iç turizmin gelişmesinin, dış turizm geliştirilmesine öncülük ettiği düşünülerek iç turizmin teşvik edilmesi planlanmıştır. I. kalkınma planında bu amaca yönelik olarak; tatil köyleri, dinlenme kampları ve milli parkların kurulması ve bu alanlardan turistik amaçlı yararlanılmasının sağlanarak, turistik tesislerin kurulduğu yerlerde yiyecek, içecek ve hatıra eşyasının üretimi ve satışının desteklenmesi planlanmıştır. Ayrıca, yurdumuzda belli zamanlarda ve yerlerde festivaller ve ikinci beş yıllık kalkınma planı döneminde gerçekleştirilecek bir olimpiyat tertiplenmesi için gerekli araştırmaların yapılması planlanmıştır. Bu bağlamda, bir turizm türü olarak adlandırılmamış olsa da etkinlik turizminin geliştirilmesine yönelik bir planın ilk kalkınma planında yer aldığını söylemek mümkün olabilir. Daha sonraki dönemlerde etkinlik turizmi yalnızca V. ve VI. BYKP dönemlerinde geliştirilmesi planlanan turizm türleri arasında yer almıştır.

II. kalkınma planında iç turizmin yanı sıra kitle turizminin de geliştirilmesine yönelik imkanların sağlanması vurgulanmış, IV. ve V. kalkınma planlarında kitle turizminin geliştirilmesine yönelik planlar devam etmiştir. Ancak, IV. BYKP’nda ülkenin altyapı ve turistik üstyapısı kitle turizminin gereklerini yerine getirecek hale getirilinceye kadar, kitle turizmi ile bireysel turizmin birlikte değerlendirileceği belirtilmektedir. III. kalkınma planında sosyal turizmin geliştirilmesine önem verileceği vurgulanmış olup, bu amaçla kamu turistik tesislerinden turizme hizmet vermek suretiyle yararlanılacağı belirtilmiştir. Ayrıca, kıyılar, turistik ve milli park niteliğindeki alanların da toplum yararına kullanılması planlanmıştır.

V. kalkınma planından itibaren tüm kalkınma planlarında çeşitli alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi hedeflenmiştir. Alternatif turizm türlerinin geliştirilmesindeki amacın, turizmin mevsimsellik sorununun çözülmesi, turizmin coğrafi dağılımının iyileştirilmesi ve dış pazardaki değişen tüketici tercihlerine uygun turistik ürün oluşturulması olduğu VII., VIII. ve IX. kalkınma planlarında açıklanmıştır. İlk kez VII. BYKP’nda netleştirilerek ifade edilen bu amacın, VII. BYKP’ndan itibaren artan ürün çeşitliliğinde (alternatif turizm türlerindeki çeşitliliğin artmasında) önemli rol oynadığı düşünülmektedir.

Tablo 1’deki geliştirilmesi planlanan alternatif turizm türleri incelendiğinde, V. BYKP’ndan itibaren farklı kalkınma planı dönemlerinde en çok kış turizmi, sağlık turizmi, kongre turizmi, golf turizmine odaklanıldığı görülmektedir. V. ve VI. BYKP’nda genel olarak kış, av ve su sporlarına yönelik imkanların sağlanmasıyla spor turizminin geliştirilmesi planlanmıştır. VI. BYKP ve sonrasındaki kalkınma planlarında da spesifik olarak golf turizminin geliştirilmesinin amaçlandığı dikkat çekmektedir. V., VI., IX. ve X. kalkınma planlarında kültür turizminin geliştirilmesi hedeflenmiştir. Bu hedefe yönelik olarak VI. BYKP’nda, doğal ve kültürel değerlerin korunmasına önem verileceği ve koruma altına alınan bu alanların turizme açılacağı belirtilmiştir. IX. BYKP’nda ise kültür turizmini geliştirmek amacıyla, otantik özellikleriyle korunarak turizme açılan yöresel

örneklerin çoğaltılması planlanmıştır. VI., VII., VIII., IX. ve X. kalkınma planlarında, Türkiye'nin jeotermal kaynakları yönünden rekabetçi üstünlüğü de göz önünde bulundurularak, termal turizmin geliştirilmesi hedeflenmiştir. VII., VIII. ve IX. Kalkınma planlarında, alternatif turizm türlerinden biri olarak ikinci konut turizminin geliştirilmesi hedeflenmiştir. VIII. BYKP'ndan itibaren sürdürülebilirliğin temel ilke edinildiği bir diğer alternatif turizm türü olan ekoturizmin geliştirilmesinin hedeflendiği görülmektedir. X. KP'nda, turizm ürünündaha üst gelir grubuna hitap edecek şekilde çeşitlendirilmesi ve iyileştirilmesi, ürün kalitesinin artırılarak uluslararası bir marka haline amaçlanmıştır. Farklı kalkınma planlarında alternatif turizm türleri olarak, gençlik, üçüncü yaş, dağ, yayla, karavan, eğlence, engelli turizmi ve deniz turizmi kapsamında yat ve kruvaziyer turizmlerinin de geliştirilmesi planlanmıştır.

Tablo 1. Kalkınma Planlarında Geliştirilmesi Planlanan Turizm Türleri

Geliştirilmesi Planlanan Turizm Türleri	1.BYKP (1963-1967)	2.BYKP (1968-1972)	3.BYKP (1973-1977)	4.BYKP (1979-1983)	5.BYKP (1985-1989)	6.BYKP (1990-1994)	7.BYKP (1996-2000)	8.BYKP (2001-2005)	9.KP (2007-2013)	10.KP (2014-2018)
İç Turizm	X	X								
Etkinlik Turizmi	X				X	X				
Kitle Turizmi		X		X						
Sosyal Turizm			X							
Kültür Turizmi					X	X			X	X
Kış Turizmi					X	X	X	X	X	X
Spor Turizmi					X	X				
Sağlık Turizmi					X	X	X	X	X	X
Gençlik Turizmi					X					
Kongre Turizmi						X	X	X	X	X
Termal Turizmi						X	X	X	X	X
Golf Turizmi						X	X	X	X	X
Üçüncü Yaş Turizmi						X				X
Dağ Turizmi							X	X	X	
Yayla Turizmi							X			
Yat Turizmi (Deniz Turizmi)							X	X	X	
Karavan Turizmi							X			
Kruvaziyer Turizmi (Deniz Turizmi)							X	X		X
Eğlence Turizmi							X			
İkinci Konut Turizmi							X	X	X	
Ekoturizm/Sürdürülebilir Turizm								X	X	X
Engelli Turizmi										X

VIII., IX., ve X. Kalkınma Planı Dönemine Ait Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporlarında Geliştirilmesi Planlanan Turizm Türleri

VIII., IX., ve X. kalkınma planı dönemlerine ait turizm özel ihtisas komisyonu raporlarında geliştirilmesi planlanan turizm türleri incelenmiş ve gastronomi turizminin geliştirilmesi planlanan turizm türleri içerisinde yer alıp almadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Tablo 2’de de görüleceği üzere üç kalkınma planı dönemine ait turizm özel ihtisas komisyonu raporlarında ortak olarak vurgu yapılan turizm türleri; termal, sağlık, kültür, dağ, kış, üçüncü yaş, kongre, yayla, yat turizmi ve ekoturizm olarak ortaya çıkmaktadır. Yapılan analiz sonucunda, geliştirilmesi planlanan turizm türleri arasında gastronomi turizminin yer almadığı görülmektedir.

Tablo 2 incelendiğinde, VIII. BYKP dönemine ait özel ihtisas komisyonu raporunda sahil turizminin geliştirilmesi yönünde planlar yer alırken; IX. Ve X. Kalkınma planları dönemlerine ait raporlarda bu yönde bir planın yer almadığı görülmektedir. Bunun sebebinin kıyı şeridinde yapılan yatırımların oldukça artması ve artık sahil turizminin geliştirilmesinden ziyade, turizmin çeşitlendirilmesi ve turizm faaliyetlerin 12 aya yayılmasının hedeflenmesi olduğu görülmektedir. Raporlarda geliştirilmesi planlanan turizm türlerine yönelik ifadeler takip eden kısımlarda daha detaylı açıklanmaktadır.

Tablo 1. VIII., IX., ve X. Kalkınma Planı Dönemine Ait Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporlarında Geliştirilmesi Planlanan Turizm Türleri

Geliştirilmesi Planlanan Turizm Türleri	VIII. BYKP Turizm ÖİK Raporu	IX. BYKP Turizm ÖİK Raporu	X. BYKP Turizm ÖİK Raporu
Sahil Turizmi	X		
Termal Turizm	X	X	X
Sağlık Turizmi	X	X	X
Kültür Turizmi	X	X	X
Dağ Turizmi	X	X	X
Ekoturizm	X	X	X
Kış Turizmi	X	X	X
Üçüncü Yaş Turizmi	X	X	X
Golf Turizmi	X		X
Kongre Turizmi	X	X	X
Yayla Turizmi	X	X	X
Gençlik Turizmi		X	X
İç Turizm		X	X
Engelli Turizmi			X
Yat Turizmi (Deniz Turizmi)	X	X	X
Kruvaziyer Turizmi (Deniz Turizmi)	X	X	

VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu’nda Geliştirilmesi Planlanan Turizm Türleri

VIII. BYKP döneminde, henüz kirlenmemiş Akdeniz ve Ege sahilleri, turizm için önemli bir kaynak olarak görülmekte ve hali hazırda yatak kapasitesinin %65’i bu sahillerde ve sahil turizmine dönük olarak toplanmışken; bu dönemde hedeflenen yatak artışının büyük kısmının yine çoğunlukla

sahil turizmine yönelik olarak kıyı bandı üzerinde yapılacağı belirtilmektedir. Bunun yanı sıra turizmin çeşitlendirilmesi ve 12 aya yayılmasına imkan veren yatırımların teşvik edilmesinin gerekliliğinden bahsedilmektedir. Bu kapsamda termal turizm, sağlık turizmi, kültür turizmi, dağ turizmi, ekoturizm, kış turizmi, üçüncü yaş turizminin geliştirilmesi planlanmıştır. Ayrıca, yine Akdeniz ve Ege kıyılarında gerçekleştirilmesi öngörülen Tatil Kentleri Projesi de yatırımların çeşitlendirilmesine yönelik yapılan planlamalar arasında yer almaktadır. Turizm Bakanlığınca geliştirilmeye çalışılan ve Kültür Turizmi içinde yer alan turizm türlerine yönelik olarak; İnanç Turizmi Projesi ve İpek Yolu Projesinin hayata geçirilmesi ve geliştirilmesi, Türkiye’de bulunan antik kentler ve tarihi çekim merkezlerinin envanterinin çıkarılarak, altyapı sorunlarının giderilmesi planlanmıştır. Deniz turizminin, dünya turizm pastasından önemli bir pay elde ettiği, müşterisinin harcama düzeyinin ortalama turist harcamalarından çok daha fazla olduğuna dikkat çekilerek; deniz turizminin geliştirilmesine özellikle olarak yer verilmiş ve Deniz Turizmi Alt Komisyon Raporu hazırlanmıştır.

Ayrıca VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu’ndaki, Tanıtma ve Pazarlama Alt Komisyon Raporu’nda; ürün geliştirme stratejilerine yönelik olarak; turizmin mevsimsellik sorununun çözülmesi ve coğrafi dağılımın iyileştirilmesi için, tüketici tercihleri dikkate alınarak golf, kış, dağ, termal, sağlık, yat, toplantı ve insentif, üçüncü yaş turizmi ve ekoturizmi geliştirme faaliyetlerine devam edilmesi; deniz, turizmi, yatçılık, kruvaziyer ve marina yatırım ve işletmeciliği boyutlarıyla geliştirilmesi ve kültür turizminin geliştirilmesinin özendirilmesi planlanmıştır. Ayrıca planda, doğrudan geliştirilmesi planlanan turizm türleri arasında yer almamakla birlikte, turizmin çeşitlendirilmesi ve 12 aya yayılması kapsamında yayla turizmine yönelik yatırımlara da gereksinim duyulduğu belirtilmektedir.

IX. Beş Yıllık Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu’nda Geliştirilmesi Planlanan Turizm Türleri

IX. Beş Yıllık Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu’nda mevcut duruma yönelik olarak; deniz turizminde yapılan yasal düzenlemeler ve yatırımların da etkisiyle önemli ölçüde gelişme sağlandığı belirtilmektedir. Özellikle Avrupa Birliği tarafından sağlanan mali destekler ile birlikte kültürel mirasın korunması, geliştirilmesi ve turizme kazandırılması; eko turizm, kırsal turizm, spor turizmi ve agroturizmin geliştirilmesi yönünde teşvikler sağlandığına işaret edilmiştir.

Bu dönemde; turizm ürününe yönelik olarak “pazarın çeşitlendirilmesi, turizm ürününe, özel turizm pazarlarına hitap edebilecek nitelikler kazandırılması” stratejik tedbir olarak ele alınmıştır. Turizm ürününün çeşitlendirilmesine yönelik olarak; kongre, dağ ve kış turizmi, sağlık ve deniz kürü ağırlıklı termal turizm, yat turizmi, doğa ve yayla turizmi gibi türlerde ek teşvikler sağlanması, üçüncü yaş ve gençlik turizminin ayrıca teşvik edilmesi planlanmıştır. Ayrıca iç turizmin mevsimselliğinin azaltılması yönünde tedbirler alınması gerekliliğinden bahsedilmiştir.

Türkiye'nin mevcut yatak kapasitesinin 2/3'ünün sahil turizmine dönük olarak kıyı şeridinde toplandığı belirtilmiş, turizmin çeşitlendirilmesi ve 12 aya yayılması kapsamında termal ve sağlık turizmi, kültür turizmi, kongre turizmi, dağ ve yayla turizmi, kış turizmi, üçüncü yaş ve gençlik turizmi, yat ve deniz turizmi yatırımlarına öncelik verilmesinin gerekliliği vurgulanmıştır. Ana pazar dilimini, deniz, kum, güneş için gelen turist oluşturmaya devam ederken, kültür, kongre, kurvaziye, yatçılık ve sağlık turizmi, gibi alternatif turizm ürününün bölgelere göre geliştirilerek pazar dilimlerinin çeşitlendirilmesi gerektiği belirtilmiştir. Ayrıca turizmin çevreye duyarlı bir şekilde gelişebilmesi için, koruma esaslarının belirlendiği eko turizmin geliştirilmesinin önemli olduğu vurgulanmıştır. Turizm ürününün çeşitlendirilmesine yönelik olarak; "yeni ürün uzayı yaklaşımı"nın oluşturulması planlanmıştır.

X. Beş Yıllık Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu'nda Geliştirilmesi Planlanan Turizm Türlerine Yönelik Temel Vurgular

X. Beş Yıllık Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu'nda mevcut duruma yönelik olarak; deniz-kum-güneş üçlüsünü ön plana çıkaran kitle turizmi yaklaşımının, Ege ve Akdeniz sahillerine yönlendirildiği, ancak 1980'lerden itibaren ağırlıklı olarak kitle turizmini destekleyen ve kısa dönemde gelirleri artırmayı hedefleyen politikaların, doğal, tarihi ve kültürel değerlerin yeterince korunamaması ile sonuçlandığından bahsedilmektedir. Alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi amaçlanarak; deniz turizmi, termal turizm ve kış turizmine yönelik bazı yasal düzenlemeler ve teşvikler sağlandığı belirtilmektedir. Kitle turizmi gelişmeye devam ederken, turizm yatırımlarının yoğunlaştığı yörelerden, diğer alanlara kaydırılarak ürün çeşitlendirilmesi ve turizm faaliyetlerinin tüm yıla yayılması politikalarının sürdürüldüğü, ancak bölgesel kalkınmada turizmin yeterince etkili olamadığı belirtilmektedir.

Rapor içerisinde yer alan SWOT analizi sonucunda; iklim koşullarının farklı turizm türlerinin sunulmasına olanak vermesi, Anadolu'nun zengin tarihi, kültürel mirası ve doğası ile sunulan turizm ürününün çeşitliliği, iç turizmde hareketlenme yaşanması, kış turizmine uygun alanların varlığı ve kış turizmine uygun kamu yatırımlarının yaygınlaşması, yat turizmini geliştirmeye uygun kıyılar, kıyı yapıları ve rüzgarın varlığı, somut olmayan kültürel miras unsurlarının zenginliği, Türk insanının konukseverliği, özgün sosyo-kültürel özellikler ve Doğu ile Batının egzotik bileşimi, turizmin çeşitlenmesine olanak veren coğrafi yapı ve ulaşım olanaklarının bulunması, dünyadaki turizm eğilimlerine uygun olarak sağlık, termal ve gençlik turizminin gelişmesi konuları, Türkiye turizminin turistik ürün açısından güçlü yönleri olduğu görülmektedir.

Bu dönem hedeflerinde; sağlık turizmi, kongre turizmi, kış turizmi, golf turizmi ve kültür turizmine ilişkin altyapı eksikliklerinin tamamlanarak, pazarın çeşitlendirilmesi, turizm ürününe özel turizm pazarlarına hitap edecek nitelikler kazandırılmasının sağlanması ve alternatif turizm türlerinin gelişiminin desteklenmesi yer almaktadır. Ayrıca, planlanan eylemler arasında; iç turizm

hareketlerinin mevsimsellikten kurtarılması için yönetsel ve yasal önlemler alınması, turizmde çeşitliliğin artırılarak ülke geneline ve yılın 12 ayına yayılmasının sağlanması yer almaktadır. Mevsimselliğin azaltılmasına yönelik alınacak önlemler olarak; kongre, dağ ve kış turizmi, sağlık ve termal turizm, yat turizmi, doğa ve yayla turizmi vb. turizm türlerinde ek teşvikler sağlanarak turizm ürününün çeşitlendirilmesi, üçüncü yaş, gençlik, engelli, sağlık turizminin ayrıca teşvik edilmesi, turizmin sürdürülebilir gelişimi açısından eko turizmin geliştirilmesi, tarih ve kültür turizminin canlandırılması için gerekli çalışmaların yapılması planlanmaktadır. Ayrıca, turizm kentlerinin oluşturulması ile ilgili çalışmalara hız kazandırılması, turizm gelişim etkinliklerinde özel ilgi pazar bölümlerinin karakteristiklerine, potansiyel turistlerin ilgi alanlarına göre mevsimin uzatılması ve talebin yıl boyuna yayılmasını amaçlayan projelerin gerçekleşmesinin öncelikle ele alınmasının gerekliliği vurgulanmaktadır.

Kalkınma Planlarında Gastronomiyle İlgili İfadeler

Kalkınma planlarının içeriğinden hareketle gastronomi turizmine yönelik vurguların olup olmadığına, eğer varsa da bu konudaki planlamaları belirlemeye dönük, 1963 yılından itibaren hazırlanmış olan kalkınma planları ayrı ayrı incelenmiştir. Neticede, II. BYKP'ndan itibaren hazırlanan tüm kalkınma planlarında gastronomi ile ilişkili herhangi bir ifadeye rastlanmamaktadır. Ancak, I. BYKP'nda tedbirler kapsamında karşılaşıldığı üzere, gastronomiyi niteleyeceği düşünülen aşağıdaki ifadenin yer aldığı görülmektedir:

“Turistik tesislerin kurulduğu yerlerde turistlerin ihtiyaçlarını karşılayacak yiyecek, içecek ve hatıra eşyasının mahallî gayretlerle üretimi ve satışı arzı desteklenip düzenlenecektir.”

İlk kalkınma planında yer alan bu ifadeyle, turistik yerlerde yiyecek içecek üretimi ve satışlarının artırılmasının planlandığı görülmektedir.

VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu'nda Gastronomiyle İlgili İfadeler

Türkiye'nin benzersiz bir üstünlüğe sahip olduğu konulardan birinin gastronomi olduğu, dönemin Turizm Özel İhtisas Komisyonu Başkanı tarafından raporun giriş kısmında aşağıdaki şekilde belirtilmiştir:

“Deniz, güneş, kum gibi geleneksel turizm denince akla ilk gelen üç unsur açısından bakıldığında, Akdeniz'de sıradan bir ülke konumunda olan Türkiye, tarih, kültür, sanat, doğal güzellikler, gastronomi, folklor, sıcak ve sevecen insanları söz konusu olduğunda, aynı coğrafyada eşsiz bir üstünlüğe sahiptir. Diğer bir deyişle Türkiye 21.inci yüzyılın farklı renk ve tadlar arayan, değişen turist profilinin talep ettiği tüm özellikleri barındırmaktadır. Ülkemizin bu eşsiz potansiyelini, sürdürülebilirlik özelliğini gözardı etmeden, turizmin hizmetine taşıyabilmek, ciddi, bilinçli ve bilimsel çalışma ve planlamayı gerekli kılmaktadır.”

Türkiye'ye yoğun turist gönderen ve büyüme potansiyeli olan bazı ülkelerde kurulacak "Türkiye Merkezleri" nde hem Türkiye'nin tanıtımına hem de ürünlerimizin satışının yurtdışında yaygınlaştırılması amacıyla ön plana çıkarılacak unsurlar arasında "otantik Türk yemekleri" nin de yer aldığı görülmektedir.

"Türkiye'ye yoğun turist gönderen ülkeler (İngiltere, Fransa, Almanya, İtalya) ile İskandinav ülkeleri, büyüme potansiyeli olan ABD ve Japonya gibi pazarlarda devletin teşvik ve desteğiyle özel sektörün kuracağı konsorsiyumun mülkiyetine sahip olacağı 'Türkiye Merkezleri' kurulması ve bu merkezlerin Türk yatırımcılara kiralanması ile ilgili, Turistik alışveriş sektörü hakkında VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda yer alan öneriler geçerliliğini korumaktadır. Bu merkezlerde otantik Türk yemekleri, çağdaş Türk konfeksiyon ürünleri, geleneksel Türk elışı ürünleri, çağdaş bankacılık ve monodestinyasyon Türkiye acentalarının mal ve hizmetlerinin satışı organize edilerek gerek Türkiye'nin tanıtılması gerekse bu ürünlerin satışının yurtdışında yaygınlaştırılması teşvik edilmelidir."

Aşağıdaki ifadede görüldüğü üzere "bölge mutfağı" bölge kültürünün bir ögesi olarak ele alınmaktadır. Bölge mutfağı ögesinin eğlence ve dinlence ürünü olarak geliştirilmesinin sağlanması planlanmaktadır. Bu ifadeden bölge mutfağının kültür turizmini destekleyebilecek bir zenginlik olarak düşünüldüğü anlaşılabilmektedir.

"Bölge ile ilgili roman, film gibi eserlerin yapılması ile birlikte, bölgedeki yaşayan kültürün (folklor, bölge mutfağı, el sanatları gibi öğelerin) eğlence ve dinlence ürünü olarak geliştirilmesinin sağlanması."

Aşağıdaki ifadeden de anlaşıldığı üzere; Türk mutfağındaki zenginlikler bir tanıtım aracı olarak görülmektedir:

"Evrensel trendlerde yer alan temaların bütününde Türkiye Turizm ürünü ile hizmetlerini konumlandırmaya gayret etmelidir (örneğin, Akdeniz mutfağında-Türk zeytin yağlılarının tanıtımı gibi).TV için özel ilgi ve eğitim programlarının ilgisini çekecek etkinlikler yaratılmalıdır ve bu etkinliklerin haber olarak verilmesine özen gösterilmelidir."

VIII. beş yıllık kalkınma planı turizm özel ihtisas komisyonu raporunda gastronomiyle ilgili ifadeler genel olarak incelendiğinde; ülkemizin gastronomi açısından bir üstünlüğe sahip olduğu, ülkemizdeki gastronomik zenginliklerden ülke tanıtımında yararlanılabileceği ve gastronomik zenginliklerin kültür turizmini destekleyici bir unsur olarak görüldüğü düşünülebilir.

IX. Beş Yıllık Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu'nda Gastronomiyle İlgili İfadeler

Türkiye'nin benzersiz bir üstünlüğe sahip olduğu konulardan birinin gastronomi olduğu, dönemin Turizm Özel İhtisas Komisyonu Başkanı tarafından raporun giriş kısmında aşağıdaki gibi belirtilmektedir:

“Deniz, güneş, kum gibi geleneksel turizm denince akla ilk gelen üç unsur açısından bakıldığında, Akdeniz’de sıradan bir ülke konumunda olan Türkiye, tarih, kültür, sanat, doğal güzellikler, gastronomi, folklor ve insanları söz konusu olduğunda, aynı coğrafyada eşsiz bir üstünlüğe sahiptir. Ülkemizin bu potansiyelini, sürdürülebilirlik özelliğini gözardı etmeden, turizmin hizmetine taşıyabilmek ciddi, bilinçli ve bilimsel çalışma ve planlamayı gerekli kılmaktadır.”

Dünyadaki ekoturizm amaçlı seyahat edenlerin oranı %5 olmasına rağmen, bu pazarın harcama gücünün yüksek olduğuna ve eko turistlerin doğa, kültürün yanı sıra “gastronomi” ye ilgi duyan kişiler olduğuna dikkat çekilmiştir. Bu yönüyle geliştirilebilecek ekoturizm faaliyetlerinin yöre insanlarının ekonomik koşullarının iyileştirilebileceği vurgulanmaktadır.

“2005 yılında uluslararası turizm faaliyetlerinde, geleneksel turistlerin yüzde 70'i tatil amaçlı seyahat ederken, eko turizm amaçlı seyahat edenlerin oranı yüzde 5 olarak belirlenmiştir. Buna karşılık toplam turizm gelirleri içindeki harcama payları yüzde 7'dir. Eko turizm gelirlerinin büyük ölçüde, daha çok toplumun en yoksul kesimini oluşturan dağ ve orman köylüleri ile pansiyon çalıştıran aile gruplarından oluşan yöre insanına döndüğü düşünüldüğünde, eko turizmin, anılan kesimin ekonomik koşullarının iyileşmesine yapabileceği katkı açıktır. Ayrıca, eko turizm gelirlerinin bir bölümü doğal değerlerin korunması ile geleneksel kültürün yaşatılmasında kullanılmaktadır.”

“Çevreye duyarlı turizmin gelişebilmesi için, doğal zenginliklerin, sit alanlarının, özel çevre koruma alanlarının, doğrudan turizm alanı olarak kullanılması yerine, bu alanların özellikleri dikkate alınarak, diğer alanlarla bütünleşik olarak koruma esaslarının belirlendiği eko turizmin geliştirilmesi önemlidir. Yapılan araştırmalarda, eko turistlerin, orta yaş grubunda, yüksek eğitimli, ortanın üzerinde geliri olan ve doğa, kültür ve gastronomiye ilgi duyan kişiler oldukları belirlenmiştir.”

IX. beş yıllık kalkınma planı turizm özel ihtisas komisyonu raporunda gastronomiyle ilgili ifadeler genel olarak incelendiğinde; ülkemizin gastronomi açısından bir üstünlüğe sahip olduğu, ancak bu gastronomik zenginliğin ekoturizm kapsamında değerlendirilebileceği ortaya çıkmaktadır.

X. Beş Yıllık Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu'nda Gastronomiyle İlgili İfadeler

Hazırlanan raporda, “gastronomi” den yalnızca turizm eğitimi alan öğrencilerin arasında gastronomi bölümünü tercih edenlerin varlığından bahsederken söz edilmiştir:

“Turizm eğitimi alan öğrencilerin yüzde 60’ı, konaklama ve otelcilik bölümünü tercih etmekte, konaklama ve otelcilik bölümlerini acentecilik, gastronomi, yeme- içme ve rehberlik bölümleri izlemektedir.”

Raporun sonunda X. Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu toplantıları sırasında Özel İhtisas Komisyonu katılımcılarının konularındaki görüşleri ve hedef önerilerine yer verilmiştir. Belirtilen görüş ve öneriler içerisinde geliştirilmesi hedeflenen turizm türlerine yönelik planlanan eylemler ve tedbirler de yer almaktadır. Bu görüş ve öneriler içerisinde gastronomi turizmine yönelik olarak “Gastronomi, termal, gençlik vb. turizm çeşitlerine yönelik yatırımların yapılması” ifadesi yer almasına rağmen, rapor içerisinde gastronomi turizmine yönelik bir hedef bulunmamaktadır.

Türkiye Turizm Stratejisi 2023’de Gastronomiyle İlgili İfadeler

Türkiye Turizm Stratejisi’nde, turizm türlerinin çeşitlendirilmesi bakımından çeşitli alternatif turizm türlerinin yanı sıra, gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik hedef ve stratejilere yer verildiği görülmektedir. Bu açıdan ilk olarak eğitim stratejisi çerçevesinde gastronomiyle ilişkili olabilecek kısım betimlenmiş, ardından turizm gelişim bölgeleri dahilinde bu turizm çeşidinin desteklenmesine yönelik planların neler olduğuna yer verilmiştir.

2023 Türkiye Turizm Stratejisinin turizm sektörünün güçlendirilmesine yönelik stratejilerinden biri olan eğitim stratejisi, turizm eğitiminin meslek odaklı olması ve ölçülebilir sonuçlar içermesiyle ilgilidir. Eğitim stratejisi bağlamında hedefe doğru gidilen yolda yaygın ve örgün eğitimde içeriğin yenilenmesi ve güncellenmesine yönelik hedeflere de yer verilmiştir. Belirtilen bu hedeflerde, “Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik” bölümlerinin ders içeriklerine yönelik olarak aşağıdaki ifadelere yer verilmiştir:

“Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümlerinde”; okutulmakta olan, genel turizm, yabancı dil, ön büro hizmetleri, kat hizmetleri, örgütsel davranış, işletme,, servis uygulamaları, insan kaynakları yönetimi, yiyecek-içecek hizmetleri yönetimi, seyahat acenteciliği ve tur operatörlüğü, gibi derslerin yanı sıra; turizm sosyolojisi, dünya mutfakları ve kültürleri, Anadolu uygarlıkları ve kültürleri, turizmde araştırma yöntemleri, turizmde yeni varış noktaları oluşturma, davranış bilimleri, yeni turizm ürünü ve çeşidi araştırmaları ve branşlaşma (yatıcılık, mağaracılık, su altı, dağcılık, rafting vb.) eğitimleri gibi turizm sektörünün değişen gereksinimlerini karşılayacak derslere de yer verilecektir.”

Yukarıdaki ifadede de görüldüğü üzere; “Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik” bölümlerinde gastronomi ile ilgili olarak, mevcut “yiyecek içecek hizmetleri yönetimi” dersinin yanı sıra “dünya mutfakları ve kültürleri” isimli bir başka derse de yer verilmesi planlanmaktadır. Bu bağlamda, turizm sektörü için gastronomi alanında kalifiye eleman yetiştirilmesinin amaçlandığı düşünülebilir.

Variş noktası olarak geliştirilecek ve birden fazla ili kapsayan turizm gelişim bölgelerinde, turizmin, yerel ve bölgesel kalkınma için güçlü bir araç olarak kullanılabilir olmasına yönelik, 2023 Türkiye Turizm Stratejisi dahilinde turizm gelişim bölgeleri stratejisinin geliştirildiği görülmektedir. Bölgelerin uluslararası düzeyde variş noktası olarak geliştirilmesiyle turizmin iç bölgelere yayılması, turizm sezonunun tüm yıla yayılmasının sağlanması amaçlanmaktadır. Aşağıdaki ifade de görüldüğü gibi gastronomi turizmi de bu amaca hizmet edebilecek turizm türleri arasında görülmektedir.

“Önümüzdeki dönemde geliştirilecek variş noktalarının sadece kitle turizmi ve kıyı turizmi çerçevesinde değil termal, kış, yayla, kültür, kongre, eko-turizm, inanç ve gastronomi gibi turizm çeşitleri ile desteklenmesi eylem planının temel hedefidir.”

Belirli bir güzergahın doğal ve kültürel dokunun yenilenerek belli temalara dayalı bir biçimde turizm amacıyla geliştirilmesi planlanan turizm gelişim koridorları stratejisi, yine 2023 Türkiye Turizm Stratejisi kapsamında geliştirilen bir diğer stratejidir. Bu strateji sayesinde ülkemizin, doğal, tarihi ve kültürel değerleri nedeniyle turistik anlamda öne çıkarılması gereken güzergahlarının ve sahip oldukları turizm potansiyelinin planlı bir şekilde kullanıma açılacağı hedeflenmiştir. Turizm gelişim koridorları çerçevesinde 7 adet tematik turizm gelişim koridoru önerilmektedir. Bunlar; Zeytin Koridoru, Kış Koridoru, İnanç Turizmi Koridoru, İpek Yolu Turizm Koridoru, Batı Karadeniz Kıyı Koridoru, Yayla Koridoru, Trakya Kültür Koridoru’dur. Her bir koridor için o koridorun kapsadığı iller ve temalar dikkate alındığında, zeytin koridoru sınırları içerisinde (Güney Marmara Zeytin Koridoru, Marmara Denizi’nin güneyinde kalan Bursa ili Gemlik ve Mudanya ilçeleri, Balıkesir ili Gönen, Bandırma ve Erdek İlçeleri, Çanakkale İli Ezine ilçesine kadar uzanan kıyı bölgesi ve çevresi, Erdek Kapıdağ Yarımadası ve kuzeyinde yer alan Avşa, Paşalimanı, Ekinli Adaları ile Marmara İlçesine bağlı Marmara adasının içinde bulunduğu bölge), variş noktası olarak geliştirilecek temaların odak noktasının, gastronomi ve sağlık olduğu dikkat çekmektedir. Stratejide buna dikkat çeken ifade ise aşağıdaki gibidir:

“Bölge sağlık ve gastronomi variş noktası olarak geliştirilecektir. Bölge doğası, alternatif tıpta kullanılan çeşitli bitki türleri, zeytin ve üzüm yetiştiriciliğiyle birlikte önemli zeytin, zeytinyağı ve şarap üretimi potansiyeline sahiptir. Bu potansiyel koridorun geliştirilmesinde ana tema olarak kullanılacaktır. “

Belirtilen bu strateji ile gelişim koridorları çerçevesinde, zeytin koridoru bölgelerinin gelişimine yönelik gastronominin önemli bir konumda yer aldığı, hatta stratejinin uygulanabilirliği arttıkça bölge gelişimi açısından önemli derecede katkı sağlayacağı söylenebilir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı Stratejik Planları’nda Gastronomiyle İlgili İfadeler

Kültür ve Turizm Bakanlığı 2010-2014 Stratejik Planı incelendiğinde gastronomiyi niteleyecek ve o alanda faaliyette bulunulacak herhangi bir ifadeye rastlanmamış ve değerlendirilmeye

gidilememiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2015-2019 Stratejik Planı dikkate alındığında, Faaliyet Alanları, Ürün ve Hizmetler Analizi başlığı altında Faaliyet-Ürün-Hizmet-Birim Matrisi'ne yer verildiği görülmektedir. Bu matris içerisinde ele alınan faaliyet alanlarından biri olan eğitim faaliyetleri kapsamında değerlendirilen ürün ve hizmet, bu aşamada Yaygın Turizm Eğitim Faaliyeti olarak konumlandırılmıştır. Bu eğitim faaliyeti kapsamında toplumda turizm bilincini geliştirmeye, iç turizmi canlandırmaya ve halkın turizm hareketlerine katılımını sağlamaya yönelik eğitim programları ile çeşitli etkinliklerin gerçekleştirildiği belirtilmiştir. Turizm sektöründe konaklama ve yiyecek içecek işletmelerinde çalışan kişilerin beceri ve niteliklerinin geliştirilmesine yönelik çeşitli seminerler verildiği ve bu seminerler arasında yiyecek üretimi ve yiyecek içecek servisi programlarının da yer aldığı aşağıdaki şekilde belirtilmektedir:

“Turizm sektöründe konaklama ve yeme içme işletmelerinde çalışan kişilerin beceri ve niteliklerinin geliştirilmesine yönelik olarak kısa süreli İşbaşı Eğitimi Kursları (Önbüro, Kat Hizmetleri, Yiyecek ve İçecek Servisi, Yiyecek Üretimi, Yöneticileri Eğitici Olarak Yetiştirme Programı), Kişisel Gelişim Seminerleri düzenlenmektedir.”

Kültür ve Turizm Bakanlığı 2015-2019 Stratejik Planı Stratejik Yönelimler bağlamında T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının Kurumsal Başarı Tanımı yapılmış ve bu kapsam dahilinde Bakanlığın Başarı Varsayımları tanımlanmıştır. Bu varsayımlar içerisinde gastronominin yaratıcı bir endüstri olarak, ülke imajına, ekonomisine ve turizm kalitesine katkı sağlayan endüstrilerden biri olduğu şu şekilde ifade edilmektedir:

“Yaratıcı endüstrilerin (yazılım, sahne sanatları, mimarlık, görsel ve grafik sanatları, edebiyat, film, müzik, el sanatları, halk sanatları, medya sanatları tasarım, gastronomi vb.) ülke imajına, ekonomisine ve turizm kalitesine sağladığı katma değer artması.”

Kültür ve Turizm Bakanlığı 2015-2019 Stratejik Planı'nda turizm sektörüne yiyecek içeceklerle ilgili kalifiye eleman yetiştirilmesi amacıyla bazı eğitimlerin verildiği ve gastronominin ülke imajına, ekonomisine ve turizm hizmet kalitesine katkı sağlayan endüstrilerden biri olduğu vurgulanmakla birlikte, gastronomi veya gastronomi turizmüne yönelik bir planlamanın yapılmadığı görülmektedir.

Ulusal Plan ve Politikalarda Gastronominin Yeri

1963-2018 yılları arasını kapsayan on adet Kalkınma Planı, son üç kalkınma planı dönemine ait VIII, IX, ve X. Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporları, Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2007-2013, Kültür ve Turizm Bakanlığı Stratejik Planları'nda gastronomiye yönelik, hedef, plan ve politikalar bütünsel olarak değerlendirildiğinde, ulusal plan ve politikalarda gastronomiye yönelik konumlama Tablo 3'te sunulmaktadır.

Tablo 3. Ulusal Plan ve Politikalarda Gastronominin Yeri

	Hedefler, Planlar ve Politikalar	Gastronomiye Yönelik Konumlama
Kalkınma Planları (Yalnızca I. BYKP'nda)	Turistik yerlerde yiyecek içecek üretimi ve satışlarının artırılması	Turizm gelirlerini artıran bir unsur olarak görülmektedir.
VII. BYKP Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu	“Türkiye Merkezleri” nde hem Türkiye’nin tanıtımına hem de ürünlerimizin satışının yurtdışında yaygınlaştırılması amacıyla ön plana çıkarılacak unsurlar arasında “otantik Türk yemekleri” nin de yer alması	Ülke tanıtımını ve ihracatı destekleyici bir unsur olarak görülmektedir.
	Bölgedeki yaşayan kültürün (folklor, bölge mutfağı, el sanatları gibi öğelerin) eğlence ve dinlenme ürünü olarak geliştirilmesi	Kültür turizmini destekleyici bir unsur olarak görülmektedir.
	Türkiye Turizm ürünü ile hizmetlerini konumlandırmaya gayret etmelidir (örneğin, Akdeniz mutfağında-Türk zeytin yağlılarının tanıtımı gibi).	Ülke tanıtımını destekleyici bir unsur olarak görülmektedir.
IX. BYKP Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu	Eko turistlerin doğa, kültürün yanı sıra “gastronomi” ye ilgi duyan kişiler olduğuna dikkat çekilmiştir. Bu yönüyle geliştirilebilecek ekoturizm faaliyetleriyle yöre insanlarının ekonomik koşullarının iyileştirilmesi planlanmaktadır.	Ekoturizmi destekleyebilecek bir unsur olarak görülmektedir.
Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2007-2013	“Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik” bölümlerinde gastronomi ile ilgili olarak, mevcut “yiyecek içecek hizmetleri yönetimi” dersinin yanı sıra “dünya mutfakları ve kültürleri” isimli bir başka derse de yer verilmesi planlanmaktadır.	Turizm sektörü için gastronomi alanında kalifiye eleman yetiştirilmesi amaçlanmakta, gastronomi turizm faaliyetlerini destekleyebilecek bir unsur olarak görülmektedir.
	Variş noktalarının sadece kitle turizmi ve kıyı turizmi çerçevesinde değil termal, kış, yayla, kültür, kongre, ekoturizm, inanç ve gastronomi gibi turizm çeşitleri ile desteklenmesi eylem planının temel hedefidir.	Gastronomi turizm gelişim bölgeleri stratejisi kapsamında, turizmin mevsimsellik sorununun çözülmesi ve bölgesel dağılımının iyileştirilmesini destekleyebilecek bir "turizm türü" olarak görülmektedir.
	Zeytin koridoru sınırları içerisinde variş noktası olarak geliştirilecek temaların odak noktası gastronomi ve sağlık olacaktır.	Gastronomi turizmi ayrı bir "turizm türü" olarak görülmektedir.

Tablo 3 incelendiğinde, kalkınma planlarından hareketle, gastronominin turizm gelirlerini artıran bir unsur olarak görüldüğünü, özel ihtisas komisyonu raporlarında ise; ülke tanıtımını, ihracatı, kültür turizmini ve ekoturizmi destekleyici bir unsur olarak görüldüğünü söylemek mümkün olabilir. Yalnızca Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2007-2013’te “gastronomi turizmi”nin ayrı bir turizm türü olarak konumlandığı görülmektedir.

SONUÇ

Hazırlanan kalkınma planlarında turizm, yarattığı istihdam olanakları ve milli gelir artışındaki olumlu etkisi nedeniyle toplumsal refah artışını destekleyecek bir gelir kaynağı olarak görülmektedir. Kalkınma planlarında geliştirilmesi planlanan turizm türleri incelendiğinde; ilk dört kalkınma planı döneminde; daha çok iç turizm, sosyal turizm ve kitle turizmi vurguları yer alırken, V. BYKP’ndan (1985-1989) itibaren farklı alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi planlanmıştır. Beşinci planın bu anlamda, geleneksel turizm ürün yapısından, ürün çeşitlemesine giden süreçte kırılma dönemi olduğunu söylenebilir. Her ne kadar alternatif turizm türlerine yönelik planlar beşinci plandan itibaren ortaya çıksa da, alternatif turizm türlerinin geliştirilmesindeki amacın, turizmin mevsimsellik sorununun çözülmesi ve turizmin coğrafi dağılımının iyileştirilmesi olduğu ilk kez VII. BYKP’nda

açıklanmış ve bu dönemde oldukça çeşitli alternatif turizm türüne yönelik plan yapılmıştır. Kalkınma planlarında geliştirilmesi planlanan turizm türlerinin turizm özel ihtisas komisyon raporlarındakiyle büyük ölçüde benzerlik gösterdiği ve turizm türlerine ilişkin planlar arasında gastronomi turizminin ayrı bir turizm türü olarak yer almadığı görülmüştür. Bununla birlikte, kalkınma planlarında gastronominin turizm gelirlerini artıran bir unsur olarak görüldüğü; özel ihtisas komisyonu raporlarında ise; ülke tanıtımını, ihracatı, kültür turizmini ve eko turizmi destekleyici bir unsur olarak görüldüğü ortaya çıkmaktadır. Bu tespitler; gastronomi turizminin gelişmesi, gastronomi destinasyonlarının belirlenip teşvik edilmesi gibi konulara, politika yapımcıların akademisyenler ve uygulayıcılarla henüz tam olarak örtüşen bir perspektiften bakmadığına işaret etmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan I. Stratejik Planda (2010-2014), gastronomi veya gastronomi turizmine yönelik hiç bir ifadeye yer verilmemiştir. II. Stratejik Planda (2015-2019) ise turizm sektörüne yiyecek içeceklerle ilgili kalifiye eleman yetiştirilmesi amacıyla bazı eğitimlerin verildiği ve gastronominin ülke imajına, ekonomisine ve turizm hizmet kalitesine katkı sağlayan endüstrilerden biri olduğu vurgulanmakla birlikte, bunun ötesinde gastronomi veya gastronomi turizmine yönelik bir planlama yapılmamıştır.

Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2007-2013'te "gastronomi turizmi", turizmin mevsimsellik sorununun çözülmesi ve bölgesel dağılımının iyileştirilmesini destekleyebilecek ayrık bir turizm türü olarak konumlanmaktadır. Bu bağlamda, zeytin koridoru sınırları içerisinde gastronomi turizminin geliştirileceği yerler; Güney Marmara Zeytin Koridoru, Marmara Denizi'nin güneyinde kalan Bursa ili Gemlik ve Mudanya ilçeleri, Balıkesir ili Gönen, Bandırma ve Erdek İlçeleri, Çanakkale İli Ezine ilçesine kadar uzanan kıyı bölgesi ve çevresi, Erdek Kapıdağ Yarımadası ve kuzeyinde yer alan Avşa, Paşalimanı, Ekinli Adaları ile Marmara İlçesine bağlı Marmara adasının içinde bulunduğu bölge olarak belirlenmiştir. Bu alanlarda, zeytin ve üzüm yetiştiriciliğiyle birlikte; zeytin, zeytinyağı ve şarap üretimi potansiyelinin zeytin koridorunda gastronomi turizmi kapsamında geliştirilmesi planlanmaktadır. Ulusal plan ve raporlardaki gastronomi turizmine yönelik vurgular bütünsel olarak değerlendirildiğinde; içinde bulunduğumuz kalkınma planı döneminde (2014-2018) gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik bir planın olmadığını, fakat 2023'e doğru giden yolda Türkiye Turizm Stratejisinde belirtilen bölgelerde gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik yatırımların desteklenebileceği düşünülmektedir. Dolayısıyla gastronomiye yönelik yapılacak yatırım kararlarında bu bölgelerin yatırımcılar tarafından öncelikli olarak dikkate alınması önerilebilir.

Türkiye Turizm Strateji'nde yer almasa da Türkiye zeytin koridoru kapsamında belirtilen bölgeler dışında da gastronomi açısından zengin bölgelere sahiptir. Örneğin, Gökdeniz ve arkadaşları (2015), Ayvalık mutfağının da deniz ürünleri, zeytin ve zeytinyağı üretimi gibi gastronomi unsurlarının birçoğunu bünyesinde barındıran bir özelliğe sahip olduğunu, fakat Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2007-2013'te Ayvalık yöresiyle ilgili bir ifadenin yer almadığını

belirtmekte, Ayvalık'ın uluslararası tanınan bir turizm destinasyonu haline getirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Ayrıca, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'nin hazırlamış olduğu Gastronomi Turizmi Raporu'nda, Türkiye'nin bir gastronomi haritasının çıkarılması, Uzakdoğu'dan başlayan gastronomi turlarının diğer ülkelere de yaygınlaştırması ve il bazında yöresel lezzetler ortaya çıkarılmalı önerilmiş; gastronomi turizminin geliştirilmesi bakımından özellikle Gaziantep, Şanlıurfa, Adana, Hatay ve Mardin illerinin dikkate alınması gerektiği vurgulanmıştır (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, 2015). Bu ve benzeri çalışmaların politika yapıcıların dikkatini çekerek, zeytin koridoru dışındaki diğer bölgelerde de gastronomiye yönelik planlamaların zaman içerisinde yapılması ve çeşitlendirilmesinin söz konusu olabileceği düşünülmektedir. Ayrıca, gastronomi eğitimi alan öğrenciler için de hem eğitim aşamasında staj imkânları bağlamında, hem de eğitim sonrası girişimcilik ve iş imkânları bakımından zeytin koridorundaki bölgelerin dikkate alınabileceği düşünülebilir.

Bu çalışmada turizmle ilgili olarak, yalnızca makro ölçekteki plan ve raporlar olan 1963-2018 yılları arasını kapsayan on adet Kalkınma Planı, son üç kalkınma planı dönemine ait VIII, IX, ve X. Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporları, Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2007-2013, Kültür ve Turizm Bakanlığı Stratejik Planları araştırma kapsamına dahil edilmiş, turizm ile ilgili dernekler ve birliklerin hazırladıkları raporlar, kentsel veya bölgesel ölçekli hazırlanan stratejik plan ve raporlar kapsam dışında tutulmuştur. Ayrıca, yapılan çalışmada getirilen öneriler, araştırma kapsamına dahil edilen plan ve raporlardaki önermelerin gerçekleştirileceği ön kabulüne dayanmaktadır.

KAYNAKÇA

- Albayrak, A. (2013). *Alternatif Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2007). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Altunışık, R., Özdemir, Ş. ve Torlak, Ö. (2006). *Modern Pazarlama*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Babbie, E. (1989). *The Practice of Social Research*. Belmont:Wadsworth Publishing Company.
- Batman, O. & Türkay, O. (2009). *Turizm Politikaları*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Bucak, T. ve Arpacı, (2013). Türkiye'de gastronomi turizmi üzerine genel bir değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, 203-216.
- Cömert, M. ve Özkaya, F. D. (2014). Gastronomi turizminde Türk mutfağının yeri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2 (2), 62-66.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon rekabetçiliği ve seyahat motivasyonu bakımından gastronomik kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1 (2), 39-51.

Gökdeniz, A., Erdem, B., Dinç, Y. ve Çelik Uğuz, S. (2015). Gastronomi turizmi: Ayvalık'ta yerli turistler üzerinde görgül bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3 (1), 14-29.

İçöz, O., Var, T. ve İlhan İ. (2002). *Turizm Planlaması*. Ankara: Turhan Kitabevi.

Kalkınma Bakanlığı (2015a). I. Beş Yıllık Kalkınma Planı.

<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/9/plan1.pdf> (E.T. 23.03.2015).

Kalkınma Bakanlığı (2015b). II. Beş Yıllık Kalkınma Planı.

<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/8/plan2.pdf> (E.T. 23.03.2015).

Kalkınma Bakanlığı (2015c). III. Beş Yıllık Kalkınma Planı.

<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/7/plan3.pdf> (E.T. 23.03.2015).

Kalkınma Bakanlığı (2015d). IV. Beş Yıllık Kalkınma Planı.

<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/6/plan4.pdf> (E.T. 23.03.2015).

Kalkınma Bakanlığı (2015e). V. Beş Yıllık Kalkınma Planı.

<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/5/plan5.pdf> (E.T. 23.03.2015).

Kalkınma Bakanlığı (2015f). VI. Beş Yıllık Kalkınma Planı.

<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/4/plan6.pdf> (E.T. 23.03.2015).

Kalkınma Bakanlığı (2015g). VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı.

<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/3/plan7.pdf> (E.T. 23.03.2015).

Kalkınma Bakanlığı (2015h). VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı.

<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/2/plan8.pdf> (E.T. 23.03.2015).

Kalkınma Bakanlığı (2015i). IX. Beş Yıllık Kalkınma Planı.

<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/1/plan9.pdf> (E.T. 23.03.2015).

Kalkınma Bakanlığı (2015i). X. Beş Yıllık Kalkınma Planı.

<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Yaynlar/Attachments/518/Onuncu%20Kalk%C4%B1nma%20Plan%C4%B1.pdf> (E.T. 23.03.2015).

Kalkınma Bakanlığı (2015j). VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu.

<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/zel%20htisas%20Komisyonu%20Raporlar/Attachments/164/oik601.pdf> . (ET. 30.04.2015).

Kalkınma Bakanlığı (2015k). IX. Beş Yıllık Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu.

<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/zel%20htisas%20Komisyonu%20Raporlar/Attachments/50/oik679.pdf> . (ET. 30.04.2015).

Kalkınma Bakanlığı (2015l). X. Beş Yıllık Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu.

<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/zel%20htisas%20Komisyonu%20Raporlar/Attachments/233/TUR%C4%B0ZM%20%C3%96%C4%B0K.pdf> . (ET. 30.04.2015).

- Kepenek, Y. (1990). *Türkiye ekonomisi*. Ankara: Verso Yayıncılık.
- Kivela, J. ve Crofts, J. C. (2005). Gastronomy tourism. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4, 39-55.
- Kotler, P., Bowen, J. ve Makens, J. (2003). *Marketing for hospitality and tourism*. New Jersey: Pearson Education Prentice Hall
- Kotler, P. ve Keller, K. L. (2006). *Marketing management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). Türkiye Turizm Stratejisi – 2023 ve Eylem Planı 2007-2013. <http://www.ika.org.tr/upload/download/Turkiye-Turizm-Stratejisi-2023--588914.pdf> (E. T. 25.04.2015)
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2010). Kültür ve Turizm Bakanlığı 2010-2014 Stratejik Planı. <http://sgb.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/3968,stratejikplanpdf.pdf?0> (E.T. 25.04. 2015)
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2013). Kültür ve Turizm Bakanlığı 2015-2019 Stratejik Planı. <http://www.kultur.gov.tr/Eklenti/36784,stratejik-plan-2015-2019pdf.pdf?0> (E.T. 25.04. 2015)
- Mucuk, İ. (2006). *Pazarlama ilkeleri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Olalı, H. (1990). *Turizm politikası ve planlaması*. İstanbul: Yön Ajans.
- Richard, (2002). Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption? A. M. Hjalager ve G. Richards (Eds.), *Tourism and Gastronomy* içinde (ss. 3-20). London: Taylor & Francis Group.
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği. (2015). TÜRSAB Gastronomi Turizmi Raporu. http://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu_12302_3531549.pdf (E.T. 01.05.2015).
- UNWTO World Tourism Organisation, (2012). *Global report on food tourism*. (AM reports: Volume Four). http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/food_tourism_report.pdf (E.T. 30.04.2015).
- Yağcı, Ö. (2007). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yüncü, H. R. (2010). Sürdürülebilir turizm açısından gastronomi turizmi ve perşembe yaylası. S. Şengel (Eds.), *Onuncu Aybastı-Kabataş Kurultayı Yerel Değerler ve Yayla Turizmi* içinde (ss. 27-34). Ankara: Detay Yayıncılık.