



Gümüşhane'nin gastronomik ürünlerinin yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilmesi

Evaluation of Gümüşhane's gastronomic products within the scope of creative tourism**

Samime ÖZYURT^{1*} (orcid.org/ 0009-0002-9954-7809)

Emine ŞİMŞEK EVREN² (orcid.org/ 0000-0002-9531-5261)

¹Gümüşhane Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Gümüşhane, Türkiye

²Gümüşhane Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Gümüşhane, Türkiye

Özet

Amaç: Yaratıcı turizm, destinasyonlara ait kültürel değerleri deneyim temelli faaliyetlerle öne çıkaran ve yerel mirasın turizm yoluyla yeniden anlam kazanmasını sağlayan bir yaklaşımdır. Bu kapsamda gastronomik ürünler, destinasyonların özgün kimliğini güçlendiren ve yaratıcı turizm aracılığıyla bölgesel gelişimi destekleyen önemli bir rol oynamaktadır. Bu çalışmanın amacı, Gümüşhane'ye özgü gastronomik ürünleri yaratıcı turizm çerçevesinde değerlendirmek, bu ürünlerin ne şekilde yaratıcı turizm faaliyetlerine entegre edilebileceğini ortaya koymak ve şehrin turizm çeşitliliğine yönelik öneriler geliştirmektir.

Yöntem: Çalışmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiş; işletme yöneticileri, yerel yöneticiler, ziyaretçiler ve yerel halktan oluşan 32 paydaştan yarı yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla veriler toplanmıştır. Örneklem, amaçlı, ölçüt ve maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemleri birlikte kullanılarak belirlenmiştir. Veriler tematik analiz yöntemiyle incelenmiş ve beş ana tema altında toplanmıştır.

Bulgular: Bulgular Gümüşhane'ye özgü pestil-köme, kuşburnu, siron, Araköy ekmeği ve kuru fasulye gibi ürünler başta olmak üzere pek çok gastronomik ürünün yaratıcı gastronomi turizmi açısından potansiyel taşıdığını göstermektedir. Bununla birlikte altyapı, tanıtım ve yaratıcı etkinliklere yönelik sunum alanlarında gelişmeye ihtiyaç olduğu belirlenmiştir.

Tartışma: Çalışmanın bulguları genel olarak geçmiş araştırmalarla örtüşmektedir. Bu bağlamda, gastronomik değerlerin yaratıcı turizmde önemli deneyim unsurları olduğu şeklindeki literatürdeki genel kanı, bu çalışmada da desteklenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yaratıcı Turizm, Gastronomi Turizmi, Gastronomik Ürün, Yaratıcı Gastronomi Turizmi, Gümüşhane

Abstract

Purpose: Creative tourism is an approach that highlights the cultural values of destinations through experience-based activities and allows local heritage to regain meaning through tourism. In this context, gastronomic products play an important role in strengthening the unique identity of destinations and supporting regional development through creative tourism. The aim of this study is to evaluate the gastronomic products unique to Gümüşhane within the framework of creative tourism, to reveal how these products can be integrated into creative tourism activities, and to develop suggestions for the city's tourism diversity.

Design/methodology/approach: The study adopted a qualitative research method; data were collected from 32 stakeholders, including business managers, local administrators, visitors, and local people, through semi-structured interviews. The sample was determined using a combination of purposive, criterion, and maximum diversity sampling methods. The data were analyzed using thematic analysis and grouped under five main themes.

Results: The findings show that many gastronomic products unique to Gümüşhane, especially products such as dried fruit paste, rosehip, siron, Araköy bread, and dried beans, have potential in terms of creative gastronomic tourism. However, it has been determined that there is a need for improvement in infrastructure, promotion, and presentation areas for creative activities.

Discussion: The findings of the study are generally consistent with previous research. In this context, the general consensus in the literature that gastronomic values are important experiential elements in creative tourism is also supported in this study.

Keywords: Creative tourism, Gastronomy tourism, Gastronomic product, Creative gastronomy tourism, Gümüşhane

**Bu makale, 2026 yılı Ocak ayında Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Tezli Yüksek Lisans Programında yüksek lisans tezi olarak gerçekleştirilmiştir.

*Sorumlu yazar: emine.simsekevren@gumushane.edu.tr

DOI: 10.33083/joghat.2026.647

Giriş

Son yıllarda turizm anlayışı, kitlesel odaklı turizm anlayışından uzaklaşarak turistlerin destinasyonlarda etkileşimli bağlar kurabileceği deneyim temelli bir yapıya evrilmektedir. Turistlerin katılıma, öğrenmeye ve üretim süreçlerine dahil olmaya yönelik artan beklentileri, turizmdeki deneyimsel dönüşümü hızlandırmış ve bu durum yaratıcı turizm kavramını ön plana çıkarmıştır (Carvalho ve Costa, 2011; Hung, Lee ve Huang 2016; Richards, 2011; Özyürek, 2025). Yaratıcı turizm, yöreye ait kültürel değerlerin turistlerle birlikte deneyimlenmesine olanak tanıyan, katılım ve öğrenme temelli bir turizm yaklaşımı olarak değerlendirilmektedir (Richards ve Raymond, 2000; Duxbury vd., 2020).

Yaratıcı turizmin önemli birleşenlerinden biri kabul edilen gastronomi (Richards ve Raymond, 2000), destinasyonlara özgü kültürel kimliği yansıtan ve yerel bilgi ve becerilere dayalı özgün deneyimler sunan bir alan olarak öne çıkmaktadır. Gastronomik ürünler ve yerel mutfaklar; atölyeler, deneyim temelli etkinlikler ve festivaller aracılığıyla yaratıcı turizm kapsamında değerlendirildiğinde, destinasyonların rekabet gücünü ve turizm çeşitliliğini artırabilmektedir. Bu bağlamda gastronomi sadece tüketim odaklı bir unsur değil, yaratıcı turizmi destekleyen bir kaynak olarak değerlendirilmektedir (Akbaba ve Kendirci, 2016; Richards, 2002). Literatürde yaratıcı turizm konusu genellikle kavramsal incelemeler veya el sanatları vb. kültürel miras öğelerinin yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilmesine odaklanmaktadır (Bozbey, 2025; Yıldırğan, Güven Yeşildağ ve Batman, 2026). Yaratıcı turizmi gastronomi çerçevesinde ele alan çalışma sayısı ise nispeten sınırlıdır. Bu çalışmada incelenen Gümüşhane ili çerçevesinde ise kentin gastronomik özelliklerine ilişkin çalışmalar bulunmakla birlikte (Akyürek ve Zeybek, 2018; Akyürek ve Zeybek, 2023; Akyürek vd., 2024; Çalık ve Ödemiş, 2015; Pir, 2020; Yüce ve Yalaze, 2018), bu gastronomik özellikleri/ürünleri yaratıcı turizm kapsamında değerlendiren bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu noktadan hareketle, çalışmanın amacı Gümüşhane'ye özgü gastronomik ürünleri yaratıcı turizm çerçevesinde değerlendirmek, bu ürünlerin ne şekilde yaratıcı turizm faaliyetlerine entegre edilebileceğini ortaya koymak ve destinasyonun turizm çeşitliliğine yönelik öneriler geliştirmektir.

Araştırma sahası olarak Gümüşhane'nin tercih edilmesinin temel nedeni, kentin gastronomi turizmi bağlamındaki bilinirliğinin çok zayıf olmasına rağmen güçlü bir gastronomik ürün ağına sahip olmasıdır. Bu durum, gastronomi turizmi açısından henüz gelişme aşamasında olan kenti önemli bir araştırma sahası haline getirmektedir. İşletmeci, ziyaretçi, yerel halk gibi farklı paydaş kesimleriyle yarı-yapılandırılmış görüşmelerle gerçekleştirilecek çalışmanın hem yukarıda bahsi geçen literatür boşluğunu dolduracağı hem de geliştirilecek önerilerle kentin gastronomi turizmi açısından gelişimine katkı sağlayacağı ifade edilebilir.

Kavramsal Çerçeve

Yaratıcı Turizm Kavramı

Yirmi birinci yüzyılda turizmin kitlesellikten bireyselliğe evrilmesiyle birlikte, turistler pasif tüketici konumundan çıkarak aktif katılımcılar hâline gelmiştir. Bu dönüşümle birlikte bireysel ilgi ve beklentilere dayalı alternatif turizm türleri ön plana çıkmıştır. Bu çerçevede gelişen yaratıcı turizm de önemli bir yaklaşım olarak literatürde yerini almıştır (Akoğlan Kozak, Evren ve Çakır, 2013; Duran, 2016; Richards ve Wilson, 2006).

Yaratıcı turizm kavramı ilk kez Pearce ve Butler (1993) tarafından kullanılmış sonrasında ise Richards ve Raymond (2000) tarafından turistlerin aktif katılım yoluyla yerel kültürü deneyimleyerek öğrenmesini sağlayan bir turizm şekli olarak tanımlanmıştır. Başka bir çalışmada yaratıcı turizm, turistlerin farklı kültürleri tanımak amacıyla ziyaret ettikleri destinasyonların kültürel değer ve zenginliklerini keşfetmelerine ve bu unsurları deneyimlemelerine olanak tanıyan; kültür, seyahat ve eğlenceyi bir arada sunan yeni bir turizm türü olarak tanımlanmaktadır (Gülüm, 2015). UNESCO (2006) ise yaratıcı turizmi, turistlerin kültürel miras, sanat ve yerel yaşam pratiklerini katılım yoluyla deneyimlediği otantik seyahatler olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlar incelendiğinde farklı çalışmalarda yaratıcı turizm kavramının benzer unsurlar etrafından ele alındığı, fakat net bir sınırın çizilmediği görülmektedir (Duxbury ve Richards, 2019).

Bu tanımlar doğrultusunda yaratıcı turizmin temel bileşenleri, yaratıcılığa ve yerel kültüre dayalı içerik, turistlerin aktif katılımı, deneyim temelli etkinlikler, yerel halk ile turist etkileşimi ve sürdürülebilirliktir (Ajanovic ve Çizel, 2015; Richards, 2010). Tayland Sürdürülebilir Turizm Yönetimi (DASTA) tarafından yaratıcı turizme ilişkin belirlenen temel özellikler; turistler ile ev sahipleri arasında karşılıklı etkileşimin kurulması, kültürlerarası deneyim ve katılımın teşvik edilmesi, mekâna özgü kültürel kimliğin derinlemesine deneyimlenmesi, bilginin dönüşümüne dayalı deneyimler ile uygulama temelli öğrenme süreçleri olarak sıralanmaktadır. Bu çerçevede yaratıcı turizm, ziyaretçilerin pasif izleyici konumundan çıkarak deneyim

sürecine aktif biçimde dâhil olduğu, kişiselleştirilmiş deneyimlerin ön plana çıktığı ve bireylerin yaratıcı potansiyellerini geliştirebildiği bir turizm anlayışını ifade etmektedir. Ürün ve sürecin eş zamanlı olarak deneyimlendiği bu yaklaşım, kalıcı ve özgün deneyimler sunmayı amaçlamaktadır (Duxbury vd., 2020; Richards, Wisansing ve Paschinger, 2018).

Deneyim ve katılım vurgusu yaratıcı turizmin ayırt edici yönünü oluşturmaktadır. Turistlerin gastronomi, müzik, el sanatları ve yöresel üretim süreçlerine doğrudan katılması, kişisel gelişim ve öğrenmeyi destekleyen kalıcı deneyimler sunmaktadır (Akşit Aşık, 2014; Gülüm, 2015). Turistlerin deneyim temelli katılım gösterdiği turizm etkinliklerine örnek olarak; Fransa'nın Grasse kentinde ziyaretçilerin kendi parfümlerini üretmeleri, İspanya'nın Katalonya bölgesinde geleneksel yemek pişirme etkinliklerine katılmaları, Türkiye'nin Nevşehir ili Avanos ilçesinde çömlek yapım sürecine dâhil olmaları ile Arjantin'de tango ve Brezilya'da samba gibi yerel dans kurslarına katılmaları gösterilebilir (Boztoprak, 2021; OECD, 2014; Remoaldo vd., 2019: 168; Richards ve Wilson, 2006).

Genel olarak yaratıcı turizm; moda, müzik, film, tasarım ve gastronomi gibi yaratıcı endüstrilerin turizm etkinlikleriyle bütünleşmesiyle şekillenmektedir. UNESCO tarafından 2004 yılında başlatılan Yaratıcı Şehirler Ağı Programı, film, zanaat ve halk sanatları, müzik, tasarım, gastronomi, medya sanatları ve edebiyat olmak üzere yedi yaratıcı alan üzerinden destinasyonların uluslararası düzeyde görünürlüğünü artırmayı amaçlamaktadır. 2024 yılı itibarıyla Türkiye'den sekiz şehir bu ağda yer almaktadır. Söz konusu şehirler farklı alanlarda yaratıcı şehir unvanına sahiptir (UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, 2024). İlerleyen dönemlerde bu ağa yeni kentlerin eklenmesi beklenmektedir. Yerel kültürünü ayakta tutan ve bunu turizmle bağdaştıran destinasyonlar, yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilebilecek bir yapıya sahiptir. Bu çalışmada, tarihsel süreç içinde farklı kültürlerin etkileşimiyle şekillenmiş ve yaratıcı turizm açısından önemli bir potansiyel taşıdığına inanılan Gümüşhane ili araştırma alanı olarak seçilmiştir.

Gastronomi ve Yaratıcı Turizm İlişkisi

Gastronomi, tarihsel süreçte soyut kültürel mirasın yemek kültürü aracılığıyla somutlaştırılarak sunulmasını ve nesilden nesle aktarılmasını ifade eden bir kavramdır (Cihangir, Akmeşe ve Akmeşe, 2023). Gastronomi bir ülke veya bölgeye özgü mutfakları birbirinden ayıran bir olgudur ve ilgili bölgeye ait yemek kültürünü, yemeklerin hazırlama yöntemlerini ve yeme-içme alışkanlıklarını ifade etmektedir (Kivela ve Crofts, 2006). Başka bir deyişle gastronomi, yiyecek-içeceklerin hazırlanmasında kullanılan malzemelerin doğru ve etkili biçimde nasıl kullanılacağını açıklayan, yöresel mutfaklar arasındaki ortak noktaları ve farklılıkları belirleyen, yemekten alınan keyfi en üst düzeye çıkaran ve tarih ile kültürü yemekle harmanlayarak sunan bir bilim dalıdır (Akgöl, 2012).

Bir destinasyona ait mutfak kültürünün tanıtımındaki en önemli araçlardan biri de bahsedilen destinasyona ait yöresel mutfak unsurlarıdır (Şengül ve Genç, 2016: 80). Bu bağlamda yöresel mutfak kavramı, bir yörenin veya bölgenin kendine has mutfak kültürünü şekillendiren, o bölgeye ait gıda ürünleri, yemek pişirme yöntemleri ve yemek çeşitlerinin bütünü şeklinde ifade edilmektedir (Horng ve Tsai, 2011). Bir toplumun yaşam tarzını ve kültürünü yansıtan yerel mutfak gelenekleri, destinasyonların turizm açısından ayırt edici özelliklerinden biridir (Yüncü, 2010: 28). Kültürel mirasın bir parçası olan yöresel yemekler, ziyaret edilen destinasyonun çekiciliği artıran unsurlardan biridir (Güneş, Ülker ve Karakoç, 2008). Yerel mutfak unsurlarının gastronomik faaliyetlerde kullanılması ülkelerin hem kültürel mirasını korumakta hem de uluslararası düzeyde tanınmalarına imkân sağlamaktadır. Günümüz insanları, seyahat planlarına yöresel ürünlerin üretimi ve tadımı etkinliklerini de dâhil etmektedir (Esen, 2022: 286).

Günümüzde insanlar yalnızca açlıklarını gidermek amacıyla değil aynı zamanda yemek sürecinde farklı ve özgün deneyimler yaşamak için dışarıda yemek yemeyi tercih etmektedirler (Yüncü, 2010: 28). Yerel mutfaklar sadece beslenme ihtiyaçlarını karşılamaktan ziyade coğrafya, tarih, gelenek ve yaşam biçimini de yansıtan kültürel değerler olarak ön plana çıkmaktadır. Yerel mutfak gastronomi açısından, turistlere özgün deneyimler sunmakla birlikte bölgenin kültürel kimliğinin aktarılmasına ve korunmasına katkı sunmaktadır (Akbaba ve Kendirci, 2016: 113; Richards, 2018). Bölgeye özgü sunum teknikleriyle hazırlanıp yöre halkı tarafından sunulan yöresel yemekler, destinasyonların ziyaretçiler tarafından diğer bölgelerle kıyaslandığında benzersiz ve farklı algılanmasını sağlamaktadır (Güler, 2010: 24). Bu bağlamda yerel mutfak unsurları, turistlere öğrenmeye dayalı ve katılımcı gastronomik deneyim yaşatacak potansiyele sahiptir (Akbaba ve Kendirci, 2016: 113). Ziyaretçilerin gittikleri bölgelerde deneyimleyebilecekleri aktiviteler arasında; hazırlanış süreçlerine ve tadımına katıldıkları “şarap turları” ve “yöresel yemek turları”, Uzak Doğu ülkelerinde yöresel mutfakları keşfetmelerine olanak tanıyan “sokak yemeği turları” ile gastronomik tekniklerin ve yöresel tariflerin öğrenildiği “gurme yemek atölyeleri” yer almaktadır (Arslan, 2025; Richards, 2002). Bunlar dışında;

kırsal alanlarda yer mantarı arama, üzüm bağlarındaki bağ bozumuna katılma ve şarap tadımı yapma, yerel peynir imalathanelerinde üretime dâhil olma, ünlü şeflerin verdiği yemek kurslarına katılma, yiyecek içecek festivallerini ve yerel pazarları gezme gibi faaliyetler de gastronomi temelli yaratıcı turizm faaliyetlerine örnek olarak gösterilebilir (Kesici, 2012; Lubis, 2023). Bu tür etkinlikler turistlere unutulmaz anlar ve otantik deneyimler yaşatmaktadır (Altınay ve Dinçer, 2017). Çünkü yaratıcı turizmle, ziyaretçiler gittikleri destinasyonlarda kendilerini o bölgenin insanı olarak hissedebilmekte ve yaşadıkları deneyimler uzun süre zihinlerinde yer edinmektedir (Okutan, 2022).

Genel anlamda bakıldığında, yaratıcı turizm faaliyetleri ve gastronomik deneyimlerin birleşimi, sadece etkinlik katılımı ve yiyecek tüketimiyle sınırlı kalmayıp, turistlere yerel kültürü doğrudan deneyimleme ve kendi turist kimliklerini bu kültürle birleştirme imkânı sunmaktadır (Lubis, 2023; Okutan, 2022). Ancak literatürde de belirtildiği gibi, mevcut potansiyelin tam olarak değerlendirilebilmesi için yaratıcı turizm faaliyetlerinin daha sürdürülebilir, sistematik ve kültürel bütünlük gözeten bir şekilde organize edilmesi gerekmektedir (Altınay ve Dinçer 2017; Kesici, 2012).

Gümüşhane'nin Gastronomik Ürünleri

Bir destinasyonun kimliğiyle özdeşleşen; yiyecek, içecek ve hediyelik eşya gibi ürünleri kapsayan ve söz konusu destinasyon içerisinde üretilip satışa sunulan unsurlar gastronomik ürün olarak tanımlanmaktadır (Harrington, 2005). Bir ürünün gastronomik ürün olarak adlandırılabilmesi için bulunduğu yöredeki gastronomik kimlikle eşleşmiş olması gerekmektedir (Sarioğlan vd., 2022). Bu bağlamda Gümüşhane'nin gastronomik kimliğiyle özdeşleşmiş, özgün, doğal ve organik içerikli birçok gastronomik ürünü bulunmaktadır. Kentle özdeşleşmiş pestil-köme, kuşburnu, kuru fasulye ve Araköy Ekmeği başta olmak üzere; ceviz, elma, dut, vişne, erik ve armut gibi meyveler; alıç, yaban mersini, mahlep, şifalı otlar ve mantar gibi dağlarda yetişen organik bitkiler yer almaktadır. Ayrıca yöreye özgü gendime çorbası, lemis (lames), siron, Gümüşhane mantısı, Gümüşhane'nin tescilli fasulyesinden yapılan fasulye bulgurlusu, çırtma fasulye, zuluf fasulye, yalancı yoğurtlu dolma, evelik dolması, kartol yahnisi, gendime pilavı, togala kuymağı, fitfit haşılı, turşuyla yapılan çeşitli yemekler, erişte tatlısı, pestil kavurması, kaysefe, fişkıl tatlısı, fırın kurusu ekmek ve kurut gibi pek çok yemek ve tat yöresel ürünlere örnek olarak gösterilebilir (Akyürek ve Zeybek, 2018; Çalık vd., 2013; Doğru, 2010: 14–21; Gezinomi, 2024; GoTürkiye, 2024; Gürsoy, 2001; Haber61, 2024; Karabulut, 2017; Pir, 2020; Ülker vd., 2011).

Yerel gastronomi kültürü açısından önemli konulardan biri de coğrafi işaretli ürünlerdir. Bu işaretler, ürünün üretim aşamalarının bütünüyle belirli bir yerde gerçekleştirilip gerçekleştirmediğine göre menşe ve mahreç olarak ayrılmaktadır. Ürünün tüm üretim aşamaları aynı coğrafi sınırlar içinde gerçekleştirildiyse menşe, üretimin sadece belirli bir bölümü o yörede gerçekleştirilirse mahreç işareti olarak adlandırılmaktadır (Özkaya vd., 2013: 17). Gümüşhane'de coğrafi işaret tesciline sahip ürünler arasında, mahreç türünde tescillenenler Gümüşhane kömesi, dut pestili, siron, Gümüşhane ekmeği, Kürtün Araköy ekmeği, dölek güveci, deleme peyniri, Kelkit ketesi, kuşburnu nektarı ve Şiran kök pekmezi; menşe türünde tescillenenlerde ise Gümüşhane şeker fasulyesi ve Kelkit şeker fasulyesi yer almakta olup, kentte toplamda on iki coğrafi işaretli gastronomik ürün bulunmaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2024).

Gastronomik ürünler, geleneklerin, kültürel oluşumların ve mirasın tanıtılması ve aktarılması hususunda önemli bir güce sahiptir (Ergan vd., 2020). Gastronomik ürünler, bir destinasyonun hem tamamlayıcı unsurları arasında yer almakta hem de turistik imajının oluşturulması açısından önemli bir rol oynamaktadır (Kesici, 2012: 5). Turistler, seyahat edecekleri destinasyonları seçerken o yöreye özgü gastronomik ürünleri önemli bir çekim unsuru olarak değerlendirmektedir (İğdir, 2020: 104). Örneğin, birçok turist, Nice, Bordeaux ve Lyon gibi gastronomi turlarıyla öne çıkan şehirleri ziyaret için Fransa'yı tercih etmektedir (Ergan vd., 2020). Gümüşhane'nin tarihsel süreç içerisinde birçok medeniyete ev sahipliği yapması; Roma ve Bizans dönemlerinde tarihi İpek Yolu üzerinde stratejik bir konumda bulunması ve sırasıyla Arap, Selçuklu, Osmanlı ile Türkiye Cumhuriyeti egemenliği altında yer alması, kentin sosyal, kültürel ve ekonomik yapısının yanı sıra mutfak kültürünün oluşumunda da belirleyici rol oynamıştır (Kaya ve Yıldırım, 2020; Nazır ve Saylan, 2010).

Gümüşhane'nin sahip olduğu kültürel ve tarihsel birikimin mutfak kültürü üzerindeki yansımaları, bu şehrin gastronomik değerlerini turizm açısından stratejik bir kaynak haline getirmektedir. Turizm faaliyetlerinin gastronomik ürünler ile bütünleşmesi, bölgenin turistik çekiciliğinin artmasına, destinasyonun özgün kimliğinin güçlenmesine ve kültürel mirasın deneyim temelli biçimde turistlere aktarılmasına katkı sağlamaktadır. Özellikle gastronomik turizm uygulamaları, Gümüşhane gibi destinasyonlarda turizm ile kültür arasındaki etkileşimi görünür kılmakta ve destinasyonun sürdürülebilir turizm anlayışı ekseninde rekabet gücünü artırma potansiyeli taşımaktadır (Kaya ve Yıldırım, 2020; Kesici, 2012; Richards, 2018).

Yöntem

Gümüşhane’ye özgü gastronomik ürünleri yaratıcı turizm çerçevesinde değerlendirme, bu ürünlerin ne şekilde yaratıcı turizm faaliyetlerine entegre edilebileceğini ortaya koyma ve şehrin turizm çeşitliliğine yönelik öneriler geliştirme gibi amaçlarla yürütülen bu çalışmada nitel araştırma yaklaşımından yararlanılmıştır. Bu kapsamda Gümüşhane’de farklı paydaş kesimlerinden yarı-yapılandırılmış görüşmelerle veri toplanmıştır. Çalışmanın yöntemine ilişkin detaylar aşağıda alt başlıklar halinde sunulmuştur.

Araştırma Deseni

Nitel araştırmalarda genel olarak beş araştırma deseni temel alınmaktadır. Bunlar; olgubilim, etnografi, kuram oluşturma, anlatı araştırması ve durum çalışmasıdır (Creswell, 2015). Bu çalışmada durum çalışması desenine başvurulmuştur. Bu kapsamda, yaratıcı gastronomi turizmi olgusu, Gümüşhane ili özelinde değerlendirilmiştir.

Veri Toplama Aracı

Çalışmada veriler yarı yapılandırılmış görüşme tekniği toplanmıştır. Görüşme formunun oluşturulmasında literatürden (Akyürek vd., 2024; Akyürek ve Zeybek, 2018; Akyürek ve Zeybek, 2023; Boztoprak, 2021; Kamber Taş ve Taş, 2020; Richards ve Wilson, 2007; Pir, 2020) ve uzman görüşlerinden yararlanılmıştır. Uzman görüşü kapsamında Gümüşhane Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü akademik personelinin (n=7) görüşleri alınmıştır. Uzman görüşü kapsamında gelen eleştiri ve öneriler doğrultusunda gerekli düzeltmeler yapıldıktan sonra pilot uygulama gerçekleştirilmiştir. Pilot uygulama Gümüşhane’de faaliyet gösteren 3 pestil-köme firması sorumlusu, 2 ziyaretçi ve yerel halktan 2 kişi olmak üzere toplam 7 kişiyle yapılan görüşmeler çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Pilot görüşmelerde soruların anlaşılabilirliği ve kapsamı açısından bir sorun tespit edilmemiştir.

Soru formunda temel olarak yaratıcı gastronomi turizmine ilişkin bilgi toplanmaya çalışılsa da farklı paydaş kesimlerinin konuya ilişkin farklı bilgi birikimleri olduğu için sorularda paydaş grubuna göre farklılaşmaya gidilmiştir. Bu kapsamda temel demografik sorulara ek olarak; yerel yöneticilere 8, işletme yöneticilerine 11, ziyaretçilere 7 ve halka 10 soru yöneltilmiştir. Sorular genel olarak kentin gastronomik ürünleri, bu ürünlerin üretilme biçimleri, kentin gastronomi turizmindeki güncel konumu, yaratıcı gastronomi turizmi konusundaki fırsatlar, engeller ve öneriler gibi konulara odaklanmaktadır. Soru formu Ek 1’de sunulmuştur.

Veri Toplama Süreci ve Örneklem

Veriler 22 Ekim 2024-27 Ocak 2025 tarihleri arasında toplanmıştır. İşletme yöneticileri ve yerel yöneticilerinden randevu alınarak onların müsait oldukları yer ve zamanda görüşmeler yapılmıştır. Yerel halk ve ziyaretçilerde ise randevu alınmadan, müsaitlik durumları sorulup görüşmeler yapılmıştır. Görüşmelerden önce katılımcılara ön bilgi verilmiş ve ses kaydı alınacağı söylemiştir. Otuz katılımcı ses kaydına isin vermiş, yalnız iki katılımcı ses kaydı istemediği için not alınarak veriler toplanmıştır. Görüşmeler en az 10, en fazla 45 dakika sürmüştür.

Çalışma amaçlı örnekleme tekniklerinden biri olan ölçüt örnekleme ve maksimum çeşitlilik örnekleme tekniklerine başvurulmuştur. Ayrıca her örnekleme grubunda veri doygunluğu stratejisi izlenmiş; ilgili paydaş grubunda anlatılar tekrar edilmeye başlayınca veri toplama süreci sonlandırılmıştır. İşletmeciler örnekleminde ölçüt olarak Gümüşhane’de yiyecek-içecek sektöründe hizmet verme ve kent gastronomisine hâkim olma ölçütleri; ziyaretçilerde Gümüşhane’yi yakın zamanda (son 1 yıl içinde) ziyaret etmiş olma veya ziyaret sürecinin içinde olma ölçütü dikkate alınmıştır. Yerel yönetici örnekleminde ise maksimum çeşitlilik örnekleme kapsamında farklı kurumlarda ve düzeylerde görev alan bireylerle görüşme yapılmıştır. Yerel halk örnekleminde de yine maksimum çeşitlilik örnekleme kapsamında farklı yaşlardan ve meslek gruplarından bireylerle görüşmeler yapılmıştır. Veri toplama süreci; 10 yerel yönetici, 5 işletme yöneticisi, 12 ziyaretçi, 5 yerel halk olmak üzere toplam 32 kişiyle görüşme yapılarak sonlandırılmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Meslek
KY1	Kadın	44	Lisans	Kurum Amiri
KY2	Erkek	40	Yüksek Lisans	Kurum Amiri
KY3	Erkek	51	Lisans	Kurum Amiri
KY4	Kadın	53	Önlisans	Kurum Amiri
KY5	Erkek	43	Lisans	Kurum Amiri

KY6	Erkek	33	Önlisans	Muhtar
KY7	Erkek	66	Lisans	Kurum Amiri
KY8	Erkek	61	Lisans	Kurum Amiri
KY9	Erkek	60	Lisans	Kurum Amiri
KY10	Erkek	49	Yüksek Lisans	Kurum Amiri
KZ1	Erkek	56	Lise	Esnaf
KZ2	Erkek	31	Lisans	Memur
KZ3	Erkek	55	Lise	İnşaat Ustası
KZ4	Kadın	26	Lisans	Veteriner Hekim
KZ5	Kadın	28	Lisans	Ziraat Mühendisi
KZ6	Erkek	27	Lisans	Ziraat Mühendisi
KZ7	Erkek	41	Önlisans	Tekniker
KZ8	Kadın	67	Lisans	Öğretmen
KZ9	Kadın	44	Lisans	Halkla ilişkiler Tanıtım Uzmanı
KZ10	Kadın	47	Ortaokul	Garson
KZ11	Erkek	26	Yüksek Lisans	İmam
KZ12	Kadın	45	Lisans	Memur
KH1	Erkek	31	Ortaokul	Madenci
KH2	Erkek	47	Lisans	Memur
KH3	Erkek	50	Lisans	Emekli asker
KH4	Kadın	17	Lise	Öğrenci
KH5	Kadın	43	Lise	Ev Hanımı/Girişimci
Kİ1	Erkek	32	Lisans	Yiyecek-İçecek Müdürü
Kİ2	Erkek	56	Lise	İşletmeci
Kİ3	Erkek	53	Lise	İşletme Sahibi
Kİ4	Erkek	27	Lisans	İşletme Sahibi
Kİ5	Erkek	30	Yüksek Lisans	Otel Müdürü

Tablo 1’de de görüldüğü üzere, katılımcıları temsil ettikleri örneklem grubu esas alınarak kodlanmıştır. Örneğin yerel yönetici örnekleminde ilk katılımcı YY1, ziyaretçi örnekleminde ilk katılımcı KZ1, yerel halk örnekleminde ilk katılımcı YH1 ve işletmeci örnekleminde ilk katılımcı İY1 şeklinde kodlanmıştır. Katılımcıların 22’si erkek, 10’u kadındır. Erkek ağırlıklı bir örneklemin ortaya çıkmasının temel nedeni kentte yerel yöneticiler ve işletmeciler arasında erkek nüfusun yoğun olmasıdır. Katılımcıların 17–67 yaş aralığında toplanması çalışmaya farklı yaş gruplarına ait görüşlerin yansımaya olanak sağlamıştır. Katılımcıların meslekleri; kamu yöneticileri, memur, muhtar, imam ve öğretmen gibi kamu kökenli mesleklerin yanı sıra, işletme sahibi, esnaf, hizmet ve turizm sektörü temsilcileri ile madenci, ev hanımı/girişimci ve öğrencilerden oluşmaktadır. Eğitim düzeyleri açısından katılımcıların çoğunluğunun lisans mezunu olduğu, bunu lise ve yüksek lisans mezunlarının izlediği görülmektedir. Genel olarak örneklemin konuya ilişkin farklı görüşleri yansıtma potansiyeli taşıdığı ifade edilebilir.

Veri Analizi ve Temalar

Veriler tematik analiz tekniğiyle tümevarımcı bir şekilde analiz edilmiştir. Tematik analiz kapsamında literatürde genel olarak Braun ve Clarke’ın (2006) kavramsallaştırdığı analiz sürecine başvurulmaktadır. Bu kapsamda tematik analiz genel olarak altı aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamalar; veri kümesine aşına olma, kodlama, başlangıç temalarının oluşturulması, temaların geliştirilmesi ve gözden geçirilmesi, temaları iyileştirme ve tanımlama, raporu yazmadır. Bu çalışmada bahsi geçen analiz süreci esas alınmış; öncelikle araştırmacılar görüşme metinleri incelenmiş, ardından manuel kodlama yapılmış, sonrasında temalar tespit edilmiştir. Manuel kodlama süreci ilk aşamada birinci yazar tarafından yürütülmüştür. Sonraki aşamada iki yazar kodları birlikte değerlendirip temaları tespit edip tema-alt tema düzenine son halini vermiştir. Son aşamada analiz raporu temalar ve alt temalar kapsamında oluşturulmuştur. Temalar, alt temalar ve kodlara ilişkin bilgiler Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Ana temalar, Alt Temalar Ve Kodlar

Ana Temalar	Alt Temalar	Kodlar
	Genel turizm potansiyeli	Çeşitli ve zengin turizm kaynakları Bakirlik ve değerlendirilmeyen potansiyel

Gastronomi Turizminde Mevcut Durum	Gastronomi turizmi potansiyeli	Turizmde öne çıkan sınırlı sayıda gastronomik ürün	
		Yöresel mutfakta süreklilik sorunları	
		Doğal ürün çeşitliliğine dayalı gastronomi potansiyeli	
Yöresel Mutfak Kültürü	Gastronomik ürünler ve hikâyeleri	Pestil-kömenin üretim süreci ve tarihsel kökeni	
		Ürünlerin ihtiyaçtan doğması ve yaşam koşullarına göre şekillenmesi	
		Araköy ekmeğinin özgünlüğü ve yerel üretimi	
	Yöresel teknikler ve sırlar	Sınırlı düzeyde bilinen ürün hikâyeleri	
		Lezzet belirleyici küçük dokunuşlar ve püf noktalar	
		Geleneksel bilginin deneyim ve sözlü aktarıma dayanması	
	Yöresel Mutfak Kültürü	Yöresel ürün tanınırlığı, tercih edilme durumu ve alışveriş yeri tercihi	Özel tekniklerin herkesçe bilinmemesi veya sınırlı bilinmesi
			Sembol haline gelen ürünler
			Bitkisel ürünler ve türevleri
			Yöresel yemekler
Hamur işi ve yayla kültürüne ait yemekler			
Coğrafi işaretli ve özgün ürünler			
Ayırt edici ürünlerin eksikliği			
Baskın tercih pestil-köme			
Doğal ve organik ürün tercihi			
Hamur işi ve geleneksel ürünler			
Yenilikçi eğilimler		Tarımsal ürünler ve yöresel yemekler	
		İşletme ve fabrikalar	
		Köy ve doğal ortamlar	
		Akademik temelli ürün geliştirme	
		Tarımsal üretime dayalı ürün çeşitlendirme	
Yaratıcı Gastronomi Turizmi Potansiyeli	Yerel paydaşların istekliliği	Yeni tat ve aroma geliştirme	
		Mevcut ürünlerin türevini geliştirme	
	Ziyaretçilerin talebi	AR-GE ve inovasyonda süreklilik	
		Etkinliklere destek verme isteği	
	Yerel imkânlar	Turistlerle etkileşime girme (deneyim paylaşma) isteği	
		İsteksizlik ve çekingenlik	
	Festival senaryosu		Gastronomik deneyim yaşama isteği
			Yerel gastronomik ürünlerin tanıtımı ve markalaşmasına katkı sunma isteği
			Yaratıcı gastronomi deneyiminde kullanılabilecek ürünler
	Yatırım eksikliği		Yaratıcı gastronomi deneyiminin gerçekleştirileceği mekânsal olanaklar
Festivallerde üretim, tadım ve deneyim yaşatma			
Festivallerin konum seçimi			
Festival tasarımında diğer şehir uygulamalarından ilham alma			
Konaklama tesisi ve turistik işletme eksikliği			
Tanıtım eksikliği		Gastronomi ve inovasyon odaklı yatırım eksikliği	
		Özel sektör yatırımların eksikliği	
		Destinasyonların yeterince tanıtılmaması	
		Gastronomik ürünlerin tanıtım eksikliği	
		Özel sektör desteği eksikliği	
Destek eksikliği		Kamu desteği eksikliği	
		Akademik destek eksikliği	
		Plan ve araştırmaya dayalı gelişme	
		Yerel gastronomik mirasın korunması	
		İşletmelerde yerel sunum ve tesis kalitesinin artırılması	
Gastronomi turizmi için öneriler		Çok paydaşlı iş birliği yapılması	
		Tanıtım ve pazarlamanın güçlendirilmesi	
		Planlama, proje ve organizasyon yapılması	

Yaratıcı Turizmde Beklenen Fayda	Ekonomik ve sosyal fayda	Ekonomik fayda
		Sosyal fayda
		Etkinliklere genel ilgi
	İlgi artışı	Deneyim odaklı ilgi
		Hedef pazara göre farklı ilgi
	Ziyaretçi memnuniyeti	Memnuniyet belirtisi

Tablo 2’de görüldüğü üzere kodlama sürecinde 59 kod elde edilmiş ve bu kodlardan yararlanarak 18 alt tema ve 5 ana tema türetilmiştir. Ana temalar olarak gastronomi turizminde mevcut durum (1), yerel mutfak kültürü (2), yaratıcı gastronomi turizmi potansiyeli (3), yaratıcı gastronomi turizminde engeller ve öneriler (4), yaratıcı gastronomi turizminden beklenen fayda (5) temaları belirlenmiştir. Bulgular bu ana temalar ve ilgili alt temalar kapsamında sunulmuştur.

Geçerlilik ve Güvenirlik

Merriam’a (2013) göre, nitel araştırmalarda iç geçerlik 6 temel stratejiyle sağlanabilmektedir: üçgenleme, üye kontrolü, veri toplama süreçlerine uygun katılım, negatif durum analizi, araştırmacının yansıtıcılığı ve uzman incelemesi şeklinde sıralanmaktadır. Bu araştırmada üye kontrolü dışındaki stratejilerin tamamına başvurulmuştur. Üçgenleme kapsamında sistematik bir doküman incelemesi yapılmaya da literatürden destek alınarak bulgular tartışılmıştır. Veri toplama süreçlerine uygun katılım açısından farklı kesimleri temsil eden 32 kişiyle görüşülmüştür. Negatif durum analizi çerçevesinde, katılımcıların genel eğilimleri dışında kalan, farklılık yaratan görüşler özellikle dikkate alınarak raporlanmıştır. Bu sayede bulguların çoğunluğun görüşünü yansıtması şeklindeki yanlılığın önüne geçilmeye çalışılmıştır. Araştırmacının yansıtıcılığı kapsamında, araştırmacı görüşme ve analizlerde tarafsız bir duruş sergilemiştir. Uzman incelemesi kapsamında ise temaların oluşturulması ve bulguların raporlanması aşamasında gastronomi ve mutfak sanatları alanında uzman bir öğretim üyesinin görüşleri alınmıştır.

Araştırmada dış geçerliliği sağlamak amacıyla; örneklem seçiminde farklı paydaş grupları belirlenip örneklem yanlılığının önüne geçmeye çalışılmış, araştırma süreci (görüşme ortamları, katılımcı profilleri, tarih ve yöntem) ayrıntılı olarak açıklanmıştır. Bu kapsamda, farklı destinasyonlarda yapılacak araştırmalar için karşılaştırılabilir bir çerçeve sunduğu söylenebilir. Güvenirlik açısından ise nitel araştırmalarda en önemli husus bulgular ile veriler arasındaki tutarlılıktır (Merriam, 2013). Bu çalışmada güvenirliliğin sağlanması için iç geçerlilikte kullanılan üçgenleme, uzman incelemesi ve araştırmacının yansıtıcılığı stratejilerinden yararlanılmıştır. Ayrıca görüşme kayıtları ve deşifreler titizlikle arşivlenmiş, elde edilen temalar ve alt temalar ile katılımcı ifadeleri arasındaki ilişki sürekli olarak kontrol edilmiştir.

Araştırmacının Rolü

Çalışmada iki yazar bulunmakta olup ilk yazar turizm işletmeciliği lisans eğitimi almış, bir kamu üniversitesinde memur olarak çalışan yüksek lisans öğrencisidir. Dolayısıyla ilk yazar gastronomi alanında yeni olsa da turizm eğitimi geçmişi nedeniyle turizm alanına hakim bir araştırmacıdır. Araştırma sürecinde ilk yazar katılımcı grubunun doğal bir üyesi olmadığı içinden “dışarıdan/outsider” bir rolü vardır. Bununla birlikte turizm eğitimi geçmişi itibarıyla kısmen “içeriden/insider” rolü de bulunmaktadır. İkinci yazar ise turizm alanında hem eğitim geçmişi hem de sektörel deneyimi olan bir kişidir. Ayrıca bir kamu üniversitesinde turizm alanında eğitim vermektedir. İkinci araştırmacı görüşme sürecine doğrudan katılmamıştır. Bununla birlikte mesleki ve eğitim geçmişi nedeniyle “içeriden/insider” rolü olduğunu söylemek mümkündür.

Bulgular

Çalışmanın tematik analiz sürecinde, yukarıda da ifade edildiği gibi, 5 ana tema ve 18 alt tema tespit edilmiştir. Bu bölümde bulgular ilgili ana ve alt temalar altında detaylı bir şekilde sunulmuştur.

Gastronomi Turizminde Mevcut Durum

Gastronomi turizminde mevcut durum teması, Gümüşhane’nin “genel turizm potansiyeli” ve “gastronomi turizmi potansiyeli” olmak üzere iki alt tema altında ele alınmıştır.

Genel Turizm Potansiyeli

Genel turizm potansiyeli alt teması kapsamında “çeşitli ve zengin turizm kaynakları” ve “bakirlik ve değerlendirilmeyen potansiyel” gibi konular değerlendirilmiştir. Bu kapsamda Gümüşhane’de bulunan mağaralar, yaylalar, şelaleler gibi doğal alanlar ile inanç ve kültür merkezleri ön plana çıkarılmaktadır. Bunun birlikte kentin turizm potansiyelinin yeterince değerlendirilemediğini ve bakir yapısının korunduğunu dile

getiren katılımcılar da olmuştur. Bazı katılımcılar (örneğin YY8), İlin dâhil olacağı yeşil yol projesiyle bu durumun ortadan kalkacağını ifade etmektedir. Konuya ilişkin bazı katılımcı görüşleri şu şekildedir:

YY6: “Turizm açısından görülmeye değer yerlerimiz var. Yayla kültürü olsun, Karaca Mağarası, Tomara Şelalesi gibi yerler var.”

YY10: “Gümüşhane turizm potansiyeli çok yüksek, turizm destinasyonları açısından çok zengin, tarihi kültür varlıklar yönüyle ve doğa güzellikleri yönüyle oldukça zengin bir şehir.”

YY5: “Potansiyeli yüksek ama gerçek anlamda değerlendirilmiyor. İnsanlar Gümüşhane’yi daha keşfedilmemiş olarak görüyor.”

YY10: “[...] Tarihi kültürü doğası gastronomisi yönünden zengin bir şehir ama bakir de bir şehir. Doğallığın korunduğu bir şehir.”

Gastronomi Turizmi Potansiyeli

Gümüşhane’nin gastronomi turizmi potansiyeli alt teması, ‘turizmde öne çıkan sınırlı sayıda gastronomik ürün’, ‘yöresel mutfaktaki süreklilik sorunları’ ve ‘doğal ürün çeşitliliğine dayalı gastronomi potansiyeli’ gibi konular kapsamında incelenmiştir. Gümüşhane, hem organik ürünler hem de yöreselliğin ön planda olduğu özgün ürünler açısından güçlü potansiyele sahip bir il konumundadır. Pestil-köme, kuşburnu, Araköy ekmeği, fasulye, siron, gendime çorbası, lames, kete, yalancı yoğurtlu dolma, evelik sarması, toğala kuymağı ve yayla yemekleri gibi birçok yöresel ürün ve lezzeti bünyesinde barındıran köklü bir mutfak kültürüne sahiptir. Katılımcıların bazıları (Z1, Y2, YY3, YY5, YY8, YY10) Gümüşhane için gastronomik kimliğin daha çok pestil köme üzerinde şekillendiğini, diğer ürünlerin (kete, kuşburnu, siron, ekşi mayalı ekme...) ise ikinci planda kaldığını ifade etmiştir. Konuya ilişkin bazı katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

YY2: “Asıl coğrafi işaret belgesi almış pestil kömemiz var başka da öyle bir şey yok. Bir de sironumuz var onlarla da turizm pek bağlaştıramadı bir türlü.”

YY5: “Gümüşhane’yi gastronomi alanında öne çıkaran pestil kömemiz var. Geri planda sironumuz var. Türkiye genelinde pestil köme dendiğinde akla ilk Gümüşhane gelir.”

Gümüşhane’de zamanla mutfak kültürünün zayıfladığı, özellikle şehir merkezinde bu durumun daha çok yaşandığı anlaşılmaktadır. Katılımcılar, gastronomi turizminin gelişmesinin önündeki engellerden biri olarak görülen bu süreklilik sorununu; göç, yaşam tarzı değişikliği ve kültürler arası etkileşime bağlamışlardır. Katılımcılardan YH2, özellikle köylerde nüfusun giderek azaldığını, köy halkının il merkezine göç ettiğini ve Gümüşhane’de yaşayan birçok kişinin “Alamancı” olarak nitelendirilen yurt dışı kökenli bireylerden oluştuğunu ifade etmiştir. Bu durumun kültürel değerler açısından bir tehdit oluşturduğunu belirten katılımcı, söz konusu sürecin geleneksel yemek kültürünün giderek kaybolmasına yol açtığını vurgulamıştır. Başka bir katılımcı ise bu durumu şu sözlerle desteklemiştir:

YY7: “Efendim Gümüşhane geleneksel yemek kültürü açısından zengin bir ilimiz. Zamanla insanların sosyal yaşam biçimleri değiştiği için köyden kente geldikleri için bu ürünler öne çıkarılamıyor.”

Gümüşhane’deki doğal ürün potansiyeline dikkat çeken katılımcılar, ilin organik ürünler, dağ otları, meyve çeşitliliği ve ekşi mayalı ekmeçler gibi unsurlar aracılığıyla geleneksel üretim teknikleri açısından önemli bir gastronomi potansiyeli taşıdığını ifade etmişlerdir. Bu bağlamda YH2, YH4, Z1, YY8, YY10, Z8, Z12, Z2, Z4 ve YH5 kodlu katılımcılar görüşlerini dile getirmiş; özellikle Z8, Kürtün ilçesinde üretilen ekşi mayalı ekmeğe değinerek ilin organik ürün potansiyeline dikkat çekmiştir. Buna karşın bazı katılımcılar (YH2, Z12) kentin belirgin bir gastronomi turizmi potansiyeli olmadığını ifade etmişlerdir. Bu konuda bazı katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

YH2: “Birçok meyve bu coğrafyada yetişebiliyor. Dağlarımızda farklı çeşit yenilebilir ve kullanılabilir ot bulunmaktadır. Bunlardan bazıları dağ kekiği ve sarı kantaron çiçeğidir.”

YY5: “Güneydoğu gibi bir yemek kültürümüz olmadığı için onu çeşitlendirmek lazım.”

Gastronomik açıdan “Uluslararası Kuşburnu, Pestil, Kültür ve Turizm Festivali”, Gümüşhane’de düzenlenen önemli bir yerel etkinliktir. Festival kapsamında pestil-köme, kuşburnu, pekmez ve yöresel mutfak unsurları turistik bir çekim unsuru olarak sunulmakta; aynı zamanda halk oyunları ve çeşitli kültürel etkinlikler aracılığıyla kentin kültür turizmi açısından da öne çıkmasına katkı sağlamaktadır. Katılımcılardan YH4, YH5, Z1 ve Z2, her yıl düzenlenen bu festivalin gastronomi turizmi açısından önemli bir rol oynadığını ifade etmişlerdir.

Gastronomi turizminde mevcut durum ana teması kapsamında genel bir değerlendirme yapıldığında, elde edilen bulgular Gümüşhane ilinin kültürel ve tarihsel açıdan yüksek bir turizm potansiyeline sahip olduğunu; ancak bu potansiyelin yeterince değerlendirilemediğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, kentin bakir yapısı ve sahip olduğu turistik çekim unsurları önemli bir avantaj sunmakta; devam eden ve planlanan ulaşım projeleri sayesinde ilin turizmden alacağı payın artabileceği sonucuna ulaşılmaktadır. Gastronomi turizmi potansiyeli değerlendirildiğinde, her ne kadar olumsuz görüş dile getiren katılımcılar bulunsun da genel olarak Gümüşhane'nin gastronomik açıdan kayda değer bir potansiyele sahip olduğu ifade edilebilir.

Yöresel Mutfak Kültürü

Yöresel mutfak kültürü teması; “gastronomik ürünler ve hikâyeleri”, “yöresel teknikler ve sırlar”, “yöresel ürün tanınırlığı, tercih edilme durumu ve alışveriş yeri tercihi” ve “yenilikçi eğilimler” olmak üzere dört alt tema çerçevesinde ele alınmıştır.

Gastronomik Ürünler ve Hikâyeleri

Bu alt tema kapsamında üzerinde durulan konular arasında; “pestil-kömenin üretim süreci ve tarihsel kökeni”, “ürünlerin ihtiyaçtan doğması ve yaşam koşullarına göre şekillenmesi”, “Araköy ekmeğinin özgünlüğü ve yerel üretimi” ile “sınırlı düzeyde bilinen ürün hikâyeleri” yer almaktadır. Katılımcılar pestil-kömenin geçmişinin Hitit ve Osmanlıya dayandığını, üretiminde dut başta olmak üzere başka meyveler kullanıldığı ve zamanla ticarileştiğini dile getirmişlerdir. Ayrıca bu ürünlerin genel olarak ürün saklama ihtiyacından doğduğu anlatılmıştır. Yazın bol bulunan meyvelerden pestil ve köme elde edilip kışın tüketildiği ifade edilmektedir. Bir katılımcının bu konudaki ifadeleri şu şekildedir:

İY4: “Pestilin hikâyesini merak etmişim. Geçmişinin nereye dayandığı bilinmiyor, Hititlere kadar gittiği söyleniyor. [...] Önceki zamanlarda kısıtlı bir ortam vardı her gıdaya ulaşamıyorduk. Her şeyi, elindeki tüm malzemeyi sen kendin korumaya uğraşıyorsun bunları kışa aktarabilmek için, kışın da bir şey olmuyor. Yazdan kalan şeyleri bir şekilde tuzlamak, kurutmak gibi farklı farklı yöntemler var pestil de kurutularak yapılan bir ürün. [...] Maksat kuru meyveleri kışın da yiyebilmek. Dutu yaş olarak saklayamayacağımız için mevsim boyu onu ya pekmeze dönüştürüyorsun ya da kurutup püresini alıp pestile dönüştürüyorsun ki, kalıcı olabilsin. Dut, erik, elma farklı farklı meyvelerin pestilleri yapılabilir. Köme de aynı şekilde ama köme daha zahmetli daha çok pestil tercih edilmiş bu konuda.”

Bir diğer önemli gastronomik ürün Araköy ekmeği konusunda da katılımcılar iklim koşulları ve saklama kaygısını ön plana çıkarmaktadır. Zorlu bir coğrafya olan Kürtün'de ekmeğin uzun süre bayatlamadan kalabilmesi için ekşi maya kullanıldığı anlatılmaktadır. Dolayısıyla bu ürünün geliştirilmesinde de ulaşım zorluğu, sınırlı imkanlar ve dayanıklılık gibi etkenler söz konusudur. Katılımcılardan İY5, söz konusu ekmeğin asırlardır üretildiğini, genellikle 3–5 kilo ağırlığında yapıldığını ve köyde yaşayanların imkânsızlıklar ile ulaşım zorlukları nedeniyle bu üretim biçimini sürdürdüklerini ifade etmiştir. Bir diğer katılımcının konuya ilişkin ifadeleri ise şu şekildedir:

İY1: “Bir tek Kürtün'de Araköy Ekmeği var, çok eskiden bu yana yaş mayadan saklanarak yapılıyor ama diğerlerine göre farklı ve 15 gün bayatlamama ömrü var.”

Gastronomik ürünler ve hikâyeleri alt teması genel olarak değerlendirildiğinde Gümüşhane'de üretilen ürünlerin çoğunlukla ihtiyaçtan ve zor yaşam koşullarından doğduğu görülmektedir. Pestil-köme ve Araköy ekmeğine dair ürün geçmişi kısmen bilirse de bilgilerin sözlü aktarımla sınırlı kaldığı ve sistematik bir aktarımın olmadığı anlaşılmaktadır.

Yöresel Teknikler ve Sırlar

Bu alt tema, “lezzet belirleyici küçük dokunuşlar ve püf noktalar”, “geleneksel bilginin deneyim ve sözlü aktarıma dayanması” ve “özel tekniklerin herkesçe bilinmemesi veya sınırlı bilinmesi” gibi konular kapsamında şekillenmiştir. Katılımcı görüşleri lezzet belirleyici küçük dokunuşlar ve püf noktaların Gümüşhane mutfak kültüründe önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir. Örneğin siron yapımında tereyağının biraz yakılarak dökülmesi (YH1) veya üzerine eklenen yoğurdun içine ekşiliği önlemek amacıyla yumurta koyulması önemli püf noktası örneklerindedir (YH5). Benzer şekilde kuşburnu marmeladı yaparken su eklememe önemli bir püf noktası olarak değerlendirilmektedir (YH5). Bazı katılımcılar (YH3, YH4) ise Gümüşhane'ye özgü özel teknikler konusundaki farkındalığın oldukça zayıf olduğunu, bu noktada ilgili bilgilerin genel olarak ustadan çırağa sözlü olarak aktarılmasının etkili olduğunu ifade etmektedir. Temaya ilişkin örnek katılımcı ifadesi şu şekildedir:

YH5: “Mesela sironun içine kaynar su döküyoruz değil mi? Bu ne yapıyor bu sefer? Yoğurt kesiyor, ekşimsi oluyor. Bunun oradaki bir püf noktası da o yoğurdun içine bir tane yumurta kırmak, terbiye gibi düşünün. Onu kırdığımız zaman onun ekşiliğini alıyor yumurta.”

Yöresel Ürün Tanınırlığı, Tercih Edilme Durumu ve Alışveriş Yeri Tercihi

Yöresel ürün tanınırlığı kapsamında bazı ürünlerin (pestil-köme) sembol haline geldiği, bazı bitkisel ürünlerin (kuşburnu) ön plana çıktığı, kimi yemeklerin (siron gibi) yöresel kimlik kazandığı ve evelik dolması, karalahana çorbası, yalancı dolma, gendime çorbası, kuymak, galdırık çorbası gibi yemeklerle Karadeniz yayla kültürünün izlerinin mutfağa yansdığı görülmektedir. Ayrıca coğrafi işaretli ve kente özgü ürünler de gastronomik değerler açısından önemlidir. Bu kapsamda Araköy Ekmeği, Kelkit Şeker Fasulyesi ve Dölek Köyü Gudusu (Güveç) en çok bahsedilen gastronomik değerler olmuştur. Buna karşın bazı katılımcılar ayırt edici ürünler açısından kentin henüz zayıf bir noktada olduğunu, bu konuda daha ileri düzey çalışmaların yapılmasına ihtiyaç olduğunu belirtmektedir. Temaya ilişkin bazı katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

YH5: “[...] İçecek olarak kuşburnu doğal içeceğimiz, kuşburnu marmelatı, kuşburnu özü, kuşburnu çayı; yani dağlarda yetişen bir üründen birkaç tane ürün meydana gelebiliyor.”

İY4: “Her yerden farklı olarak Gümüşhane’de şu yemek öyledir diyeceğimiz bir yemek yok aslında. Mesela Tokat’ta Tokat Kebabı vardır. Gümüşhane’de öyle Tokat Kebabı diyebileceğimiz bir şey yoktur.”

Yöreyle ait gastronomik ürünlerin tercih edilme durumları kapsamında bazı ürünlerin tercih edileme son derece baskın olduğu (pestil-köme), doğal ürünlere yönelik ilginin son yıllarda giderek arttığı (kuşburnu ürünleri, bal, peynir gibi), hamur işi ürünler (siron gibi) ve ekmeğin (köy ekmeği, Araköy ekmeği gibi) kent gastronomisinde çok önemli olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca ceviz, elma, fasulye gibi tarımsal ürünler de önemli gastronomik değerler olarak görülmüştür. Konuya ilişkin bazı katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

İY4: “Türkiye’nin her yerine gittiğinizde Gümüşhane’den geliyorum dersiniz pestil köme isteniyor.”

İY3: “[...] ceviz alıyorlar. Buranın cevizi yağlıdır lezzetlidir. Kuru fasulyemiz de var satıyoruz. Elma kuru, dut kuru bunlar hep satılıyor.”

Alışveriş yeri tercihi konusunda ise kentin öne çıkan gastronomik ürünü olan pestil-köme satışının pek çok firma tarafından yapıldığı, bununla birlikte özellikle iki büyük firmanın ön plana çıktığı görülmüştür. Ayrıca bal, peynir, ceviz, meyve kuruları vb. doğal ürünlerin köylerde veya pazarlarda satıldığı ifade edilmiştir.

Bulgular, yöresel ürünlerin katılımcılar açısından hem kültürel kimliği yansıtan hem de doğal ve güvenilir yapıları nedeniyle tercih edilen unsurlar olduğunu göstermektedir. Özellikle pestil-köme, kuşburnu ve yerel bakliyat ürünleri Gümüşhane ile özdeşleştirilirken, ürünlerin çoğunlukla köylerden ve yerel üreticilerden temin edilmesi yerellik ve güven unsurunun önemini ortaya koymaktadır.

Yenilikçi Eğilimler

Bu alt tema kapsamında “akademik temelli ürün geliştirme”, “tarımsal üretime dayalı ürün çeşitlendirme”, “yeni tat ve aroma geliştirme”, “mevcut ürünlerin türevini geliştirme” ve “AR-GE ve inovasyonda süreklilik” gibi konular incelenmiştir. Akademik temelli ürün geliştirme konusunda üniversitenin ilgili birimlerinin çalışma yürütmesi gerektiği ifade edilmektedir. Bazı katılımcılar (İY2) ise ürün geliştirme ve çeşitlendirme çalışmalarında tarımsal ürünlerin kullanılmasının önemini altını çizmektedir. Öte yandan kentin temel gastronomik ürünlerdeki ürün farklılaştırma çabalarının takdir gördüğü tespit edilmiştir. Özellikle pestil-kömede son yıllarda yapılan tat/aroma farklılaştırmaları (narlı köme, kivilili köme vb.) tüketicilerden ilgi görmüş, işletme temsilcileri (İY3, İY4, İY5) ilerleyen yıllarda ürün farklılaştırma çalışmalarının devam edeceğini belirtmektedirler. Bu kapsamda çeşitli AR-GE çalışmalarını halihazırda yürüttüklerini ifade etmektedirler. Konuya ilişkin bazı katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

İY4: “İlk etapta pestil kömeyle çıktı ortaya; sarma, muska ve ballı pestilin türevleri diyebiliriz. 15 yıldır bu ürünler var. Onun öncesinde sadece pestil köme vardı. Fıstıkla, bademle denedik pek güzel olmadı, satmadık ama ilerleyen zamanlarda bizim atomlar var onlar üzerinde birtakım değişiklikler yapabiliriz.”

İY5: “Biz herhangi bir ürünün AR-GE sürecinin sona ereceğini düşünmüyoruz. Pestil-köme ana başlığı altında onlarca farklı alt ürün bulunmaktadır.”

Elde edilen bulgular, yenilikçi eğilimlerin ağırlıklı olarak pestil-köme ürünleri üzerinde yoğunlaştığını ve bu gelişimin yalnızca mevcut tat çeşitleriyle sınırlı kalmayarak üretim süreçleri, sunum biçimleri, hammadde kullanımı ve AR-GE faaliyetlerini kapsayan bütüncül bir yapıda ilerlediğini ortaya koymaktadır.

Yaratıcı Gastronomi Turizmi Potansiyeli

Yaratıcı gastronomi turizmi potansiyeli teması; “yerel paydaşların istekliliği”, “ziyaretçi talebi”, “yerel imkânlar” ve “festival senaryosunu” olmak üzere dört alt tema çerçevesinde ele alınmıştır.

Yerel Paydaşların İstekliliği

Yerel paydaşların istekliliği alt teması kapsamında genel olarak yerel halk ve idarecilerin etkinliklere destek verme ve kültürel paylaşımda bulunma konusunda istekli oldukları görülmüştür. Bu kapsamda yerel yöneticiler (YY1, YY5, YY9, YY10) kurumların projelerle gastronomi turizminin geliştirilmesi noktasında halihazırda desteklerinin olduğunu ifade etmişlerdir. Bununla birlikte kamu idarecilerinin bu tarz destekleri ortaya koyabilmesi için kentten talep gelmesi gerektiği görülmüştür. Öte yandan yerel halk da yaratıcı gastronomi turizmi temelli organizasyonlar olduğu takdirde gerekli desteği sağlayacaklarını; kültürel paylaşımda bulunma, turistlere yardımcı olma, gastronomik deneyim sunuma noktasında memnuniyetle katkı sağlayacaklarını belirtmektedir (YH1, YH2, YH3, YH4, YH5). Konuya ilişkin bazı katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

YY10: “Şöyle biz İl Özel İdaresinin mevzuatında 5302 sayılı Kanun’un ilgili maddesinde turizme destek hususu var; böyle bir talep geldiği zaman mevzuatımıza uygun bir faaliyetse onları yapıyoruz, destek veriyoruz.”

YH1: “Elimizden geldiği kadar yardımcı oluruz. Ayrıyeten şöyle bir şey de söyleyeyim; memleketimiz küçük bir memleket olduğu için hani bu tarz şeylerde hem işletmecilerin hem kendi halkının yöresel yiyecek içecek olarak kesinlikle zevkle yardımcı olacağını düşünüyorum.”

Genel olarak değerlendirildiğinde katılımcıların yaratıcı gastronomi turizminin kente fayda sağlayacağı kanaatinde olduğu ve destek vermeye hazır oldukları görülmektedir. Özellikle gerekli koşullar oluşturulduğunda ve yeterli talep oluştuğunda hem yerel yöneticilerin hem de halkın destek verip katkı sağlayacağı anlaşılmaktadır.

Ziyaretçilerin Talebi

Ziyaretçi talebi alt teması kapsamında ziyaretçilerin genel olarak yaratıcı gastronomi turizmi deneyimi yaşamaya istekli oldukları ve bu deneyimin kentin gastronomik ürünlerinin tanıtımına ve kent markalamasına katkı sağlayacağına inandıkları görülmüştür. Bu bağlamda, kentte pestil-köme üretimi başta olmak üzere uygun deneyim ortamı yaratıldığında ziyaretçilerden ilgi göreceği ifade edilebilir. Z1’in konuyu ilişkin ifadeleri şu şekildedir: “Düşünürüm tabi ki. İmkân olduğu sürece ben de böyle bir deneyim yaşamak isterim.”

Yerel İmkânlar

Bu alt tema kapsamında Gümüşhane’de hangi gastronomik ürünlerin yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilebileceği ve deneyim için olası mekanların nereler olabileceği konuları değerlendirilmiştir. Katılımcılar başta pestil-köme olmak üzere; kuşburnu ve türevleri, Araköy ekmeği, siron, lemis, kete, erişte, güveç/gudu ve bakliyat yemeklerinin yaratıcı gastronomik turizm faaliyetleri sırasında deneyimlenmeye uygun ürünler olduğunu ifade etmişlerdir. Bazı katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

YY4: “Bence kesinlikle pestil ve köme yapımında değerlendirilmeli.”

İY5: “[...] dölek köyündeki gudu yapımında, [...] Araköy ekmeği dedik mutlaka ya da bağ bozumu zamanı gelirse kuru fasulyenin toplama sürecine katılabilirler.”

YY8: “Kuşburnu olabilir. Kuşburnu hasadı, marmelatı ve çeşitli türevleri yapılmasında olabilir. Bunun gibi vardır mesela ziron diyoruz. Zironun başlangıcı yufkadan başlıyor, öyle dizilmesi, kesilmesi olur.”

Yaratıcı gastronomi deneyiminin gerçekleştirileceği mekânsal olanaklar kapsamında ise katılımcılar; fabrika ve atölyeler, köy ve otantik mekânlar ile festival ve turistik alanlar olmak üzere üç temel mekândan bahsetmişlerdir. Bu kapsamda pestil-köme fabrikaları ve Araköy Ekmeği fırınları mekân önerileri olarak öne çıkmıştır. Ayrıca organik köy kurulması, Karaca Mağarası gibi turistik çekiciliklerin kullanılması ve festival alanlarında stant açılması gibi öneriler de bulunmaktadır. Bazı katılımcılar ise yaratıcı turizm etkinliklerinin

(örneğin ekmek yapımı) doğa turlarının bir parçası olarak değerlendirilebileceğini ifade etmişlerdir. Bazı örnek katılımcı değerlendirmeleri şu şekildedir:

KY6: “Organize sanayide birçok fabrika var. [...] gelen turistler oralarda katılabilir.”

Kİ4: “İmalathanelerde küçük bir workshop açılır; küçük, her şeyin minimalist halleriyle diyelim hem kazanın hem bezin hem de malzemenin ölçek olarak küçültülmüş içeriğiyle oraya turistleri çekip öğretebilirsin.”

Kİ3: “İl dışında mesela Gümüşhane günleri oluyor. Burada kuşburnu pestil festivalleri oluyor. En mantıklısı o tür yerler yani.”

Genel olarak değerlendirildiğinde katılımcıların Gümüşhane’de yaratıcı gastronomik etkinlikler için pestil, köme, kuşburnu, Araköy ekmeği, siron, lemis, hamur işleri ve bakliyat gibi ürünleri önerdikleri görülmektedir. Özellikle pestil ve kömenin kentle özdeşleştiği ve üretim sürecinin ziyaretçilerin katılımına uygun olduğu vurgulanmıştır.

Festival Senaryosunu

Festival senaryosu alt teması kapsamında yaratıcı turizm kapsamında festivallerde üretim, tadım ve deneyim yaşatma olanağının yüksek olduğu ve diğer şehirlerdeki örnekleri incelemenin doğru bir yaklaşım olduğu vurgulanmıştır. Özellikle kuşburnu ve pestil-köme festivallerinin yapıldığı alanların yaratıcı gastronomi turizmi deneyimi açısından uygun olduğu belirtilmiştir. İlham alma kapsamında ise Adana’daki Portakal Çiçeği Festivali veya Trabzon’daki Kadınlar Pazarı gibi etkinliklerin Gümüşhane’de içine yaratıcı deneyimler eklenerek uyarlanabileceği ifade edilmiştir. Bu konuda bazı katılımcı değerlendirmeleri şu şekildedir:

YY6: “Zaten biz bu festivalleri gerçekleştiriyoruz. Kuşburnu ve pestil köme festivali olarak adlandırıyoruz. Özellikle turistler dâhil edilse güzel olur.”

Z12: “Tabi ki düşünsene şeyde ne var Adana’da “Portakal Çiçeği” diye bir festival var. Şimdi bu önceleri yoktu. Ben Adanalıyım yıllar önce böyle bir şey yoktu ama çiçekler açmaya başlayınca orada ne var, kebab var. Yani sadece portakal çiçeği yok. İnsanlar kebab yemeye, işte Adana’nın yöresel lezzetlerini tatmaya gidiyorlar. Yılda bir kez bir haftalık bir dönemde onların olduğu bir zamanda çok güzel olur niye olmasın.”

Genel olarak bakıldığında; katılımcıların festival senaryosuna olumlu yaklaştıkları görülmektedir. Bu kapsamda önemli örneklerin incelenmesi ve Gümüşhane’ye uyarlanması önerisi dikkat çekmektedir.

Yaratıcı Gastronomi Turizminde Engeller ve Öneriler

Bu ana tema; “yatırım eksikliği”, “tanıtım eksikliği”, “destek eksikliği”, “gastronomi turizmi için öneriler” ve “yaratıcı gastronomi turizmi için öneriler” olmak üzere beş alt tema çerçevesinde ele alınmıştır.

Yatırım Eksikliği

Yatırım eksikliği alt teması kapsamında konaklama tesisi ve turistik işletme eksikliği, gastronomi ve inovasyon odaklı yatırım eksikliği ve özel sektör yatırımlarının eksikliği katılımcılar tarafından vurgulanan eksiklikler olarak ön plana çıkmıştır. Katılımcıların üzerinde en fazla durduğu konulardan biri Gümüşhane’de konaklama tesisi ve turistik işletme yetersizliğidir (YY7, YY9). Yerel yöneticiler turizm yatırımları kapsamında devletin harekvedanının sınırlı olduğunu, özel sektörün daha fazla inisiyatif alması gerektiğini belirtmekte; ayrıca özel sektörün yapacağı yatırımlarda yenilikçi adımların atılmasının kentin gastronomisi ve turizmi açısından önemli olduğu vurgulanmaktadır (YY10). Genel olarak değerlendirildiğinde katılımcıların yaratıcı gastronomi turizminin gelişebilmesi için öncelikle turizm üstyapısının gelişmesi gerektiğini düşündükleri ve bu noktada özel sektörün biraz daha taşın altına elini koymasının beklendiği anlaşılmaktadır.

Tanıtım Eksikliği

Tanıtım eksikliği alt teması kapsamında katılımcıların genel olarak Gümüşhane’nin yeterince tanıtılmadığı, gastronomik ürünlerine ilişkin tanıtım eksikliği bulunduğu kanaatinde olduğu görülmüştür. Destinasyonun yeterince tanıtılmaması bağlamında YY1, YY6, İY5, İY1, YY3 ve Z10 kodlu katılımcılar, kentin genel bilinirliğinin düşük olması ve ‘küçük şehir’ algısı nedeniyle görünürlüğünün sınırlı kaldığını ifade etmişlerdir. Katılımcılar, turizm alanındaki tanıtım eksikliğine özellikle dikkat çekmiş; bu durumun doğal bir sonucu olarak ilin gastronomi potansiyelinin de yeterince değerlendirilemediğini vurgulamışlardır. Bu kapsamdaki örnek görüşler şu şekildedir:

YY1: “Turizm açısından yeterince tanıtılmayan bir ilin gastronomi konusunda şanslı olması çok beklenen bir durum değildir. Çünkü insanlar önce destinasyonlar için sonra destinasyonları destekleyen diğer ürünler için gelirler.”

İY3: “Gümüşhane öz kaynakları olsun hem böyle yöresel lezzetleri olsun pestil kömedir, lemisidir, eriştesidir... Gümüşhane'nin ileri gelenleri tarafından güzel bir tanıtımla, sosyal medyada, yerel ve ulusal medyada olsun güzel bir reklamlarla daha iyi tanıtılır, daha iyi bir yere gelebilir.”

Genel olarak bakıldığında; Gümüşhane'de yaratıcı gastronomi turizminin gelişiminin önündeki temel engellerden birinin destinasyon ve gastronomik ürünlere yönelik tanıtım yetersizliği olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, özgün kimliği koruyan planlı ve bütüncül tanıtım stratejilerine ihtiyaç duyulduğu görülmektedir.

Destek Eksikliği

Destek eksikliği alt teması kapsamında katılımcıların özel sektörün turizm yatırımlarına gerekli desteği vermediği, kamunun desteğinin yeterli olmadığı ve ayrıca ilgili akademik kurumlardan yeterli destek görülmediği kanısında olduğu tespit edilmiştir. Katılımcı görüşleri, yaratıcı turizmin gelişiminde paydaş ve kurumsal temelli desteklerin belirleyici bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Bu kapsamda katılımcılardan YY5 özel sektör desteğinin yetersizliğine dikkat çekerken, İY1 kamu kurumlarının gastronomi ve turizm alanında yeterli çalışma yürütmediğine vurgu yapmıştır. YY8 ise yaratıcı turizmin gelişiminde akademik çalışmaların ve bilimsel katkının önemine işaret etmiştir. Bu ifadeler, Gümüşhane'de yaratıcı turizmin gelişiminin kamu, özel sektör ve akademik çevrelerin eşgüdümlü katkısını gerektirdiğini göstermektedir.

Gastronomi Turizmi İçin Öneriler

Gastronomi turizmi için öneriler alt teması çerçevesinde katılımcıların plan ve araştırmaya dayalı gelişme, yerel gastronomik mirasın korunması ve işletmelerde yerel sunum ve tesis kalitesinin artırılması gibi önerilerinin olduğu belirlenmiştir. Katılımcı görüşleri, Gümüşhane'de gastronomi turizminin planlı ve bütüncül bir yaklaşımla geliştirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu kapsamda, master planda gastronomi turizminin değerlendirilmesi, anket çalışmalarıyla turist beklentilerinin ölçülmesi, köylerde yapılacak bir araştırmayla unutulmaya yüz tutmuş gastronomik değerlerin keşfedilmesi, kent merkezinde yöresel yemek sunan işletmelerin kurulması gibi öneriler sunulmuştur (YY1, YH2, Z1). Bu bulgular, gastronomi turizminin sürdürülebilir gelişiminin planlama, hizmet ve koruma kalitesinin birlikte ele alınmasına bağlı olduğunu göstermektedir. Konuya ilişkin bir katılımcının görüşleri şu şekildedir:

YH2: “Yerel yönetim ya da üniversite olarak bir birim kurularak Gümüşhane'nin tüm köy ve mezraları gezilerek eski unutulmuş yiyecek olarak hazırlanan her şeyin tariflerinin derlenmesi ve toplanması gerekmektedir.”

Yaratıcı Gastronomi Turizmi İçin Öneriler

Yaratıcı gastronomi turizmi için öneriler alt teması kapsamında katılımcıların çok paydaşlı iş birlikleri, güçlendirilmiş tanıtım ve pazarlama çalışmaları ve plan-proje-organizasyon önerileri gelmiştir. Çok paydaşlı yönetim ve iş birliğinin yapılması kapsamında bazı katılımcılar (İY1, İY3, İY2, YY5, YY9); yaratıcı gastronomi faaliyetlerinin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Valilik, belediyeler, üniversiteler, kamu kurumları ve özel sektörün birlikte yer aldığı çok aktörlü bir yapı ile yürütülmesi gerektiğini ifade etmiştir. Akademik destek, acente iş birlikleri ve gıda mühendislerinin sürece dâhil edilmesi gerektiği (İY4); yöreselliğin korunması amacıyla köy halkı ve yerel esnafla iş birliği yapılmasına (İY5) gibi öneriler de sunulmuştur.

Tanıtım ve pazarlama çalışmaları kapsamında bazı katılımcılar (YY4, YY6, YY8, YY9); sosyal medya temelli tanıtım faaliyetleri, tanıtım günleri, broşürler, fuarlar ile yerel ve ulusal medya aracılığıyla görünürlüğün artırılması gerektiğini belirtmiştir. YY9 farklı olarak üniversite öğrencilerinin destinasyon tanıtımında aktif rol alabileceğini ifade etmiştir.

Planlama, proje ve organizasyona ilişkin bulgular kapsamında YY1, gastronomi turizmi faaliyetlerinin teknik ekipler tarafından projelendirilmesi, kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşlarının paydaş olarak sürece dâhil edilmesi gerektiğini belirtmiştir. YY3 ve YY4 ürün odaklı planlama yapılması gerektiğini ifade ederken; YY1 kuşburnunun, YY3 ise pestil-kömenin yaratıcı gastronomi ürünü olarak projelendirilmesini önermiştir. YY10 ve YY8 ise fiziki mekân, üretim altyapısı ve nitelikli insan kaynağına ihtiyaç olduğunu dile getirmiştir.

Bulgular, yaratıcı gastronomi turizminin geliştirilmesi için paydaşlar arası iş birliği, etkili tanıtım faaliyetleri ve planlı yatırımların temel gereklilikler olarak görüldüğünü ortaya koymaktadır. Katılımcılar özellikle kamu

kurumları, üniversiteler, yerel halk ve özel sektörün ortak hareket etmesinin önemini vurgularken; sosyal medya, fuarlar ve destinasyon temelli tanıtım çalışmalarının görünürlüğü artıracaklarını ifade etmiştir. Ayrıca ürün odaklı planlama, altyapı yatırımları ve nitelikli insan kaynağına yönelik ihtiyaçlar da yaratıcı gastronomi turizminin sürdürülebilir gelişimi açısından önemli unsurlar olarak değerlendirilmiştir.

Yaratıcı Turizmden Beklenen Fayda

Yaratıcı turizmden beklenen fayda ana teması; “ekonomik ve sosyal fayda”, “ilgi artışı” ve “ziyaretçi memnuniyeti” olmak üzere üç alt tema çerçevesinde ele alınmıştır.

Ekonomik ve Sosyal Fayda

Ekonomik fayda kapsamında bazı katılımcılar (YH1, YH2, YH5), yaratıcı gastronomi turizminin Gümüşhane’de yerel ekonomiye katkı sağlayacağına inanmaktadır. Katılımcılar, pestil, köme, kuşburnu gibi yöresel ürünlerin yaratıcı gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi neticesinde kent imajının gelişeceği, daha fazla ziyaretçi geleceği ve bu ürünlerin satışının artması neticesinde ekonomide canlılık yaşanacağını beklemektedir. Sosyal fayda kapsamında bazı katılımcılar (YH2, YH3, YH4, YH5), yaratıcı gastronomi faaliyetlerinin kültürel etkileşimi artıracak, kentte sosyal hareketlilik ve sosyalleşmeyi güçlendireceği yönünde görüş bildirmişlerdir. Elde edilen bulgular, yaratıcı gastronomi turizminin Gümüşhane’de ekonomik ve sosyal fayda açısından önemli bir potansiyel taşıdığını göstermektedir.

İlgi Artışı

İlgi artışı alt teması kapsamında katılımcıların yaratıcı gastronomi turizmi sayesinde etkinliklere ilginin artacağını bekledikleri görülmüştür. Bu noktada yaratıcı gastronomi turizmi faaliyetlerinin deneyim temelli olmasının etkisine vurgu yapılmış; bu tarz etkinliklerin farklı turizm pazarlarında ilgi görebileceğine değinilmiştir (YH1, YH2, YH5, İY1, İY2, İY3, İY4). Elde edilen bulgular, deneyim odaklı yaratıcı gastronomi etkinliklerinin hedef pazara göre değişmekle birlikte yüksek ilgi görme potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir.

Ziyaretçi Memnuniyeti

Memnuniyet teması kapsamında Z10, Z8 ve Z2 kodlu katılımcılar, yaratıcı gastronomi faaliyetlerine yönelik olumlu tutum sergilemiş; bu tür uygulamaların hızlı ve somut bir şekilde hayata geçirilmesi durumunda katılımdan memnuniyet duyacaklarını ifade etmişlerdir.

Sonuç ve Tartışma

Bu çalışma, Gümüşhane’ye ait gastronomik ürünlerin deneyim odaklı ve yaratıcı turizm uygulamalarıyla bütünleştirilebileceğini ortaya koymaktadır. Elde edilen bulgular, bu bütünleşme sayesinde destinasyondaki turizm çeşitliliğinin artacağını ve deneyim temelli uygulamalara gastronomik ürünlerin dâhil edilmesiyle Gümüşhane’nin turistik çekiciliğinin artırılabilirliğini göstermektedir.

Gümüşhane, tarihsel ve kültürel değerler açısından zengin olmasına rağmen daha bilinir destinasyonların gölgesinde kalmış küçük yapıları bir destinasyon olarak değerlendirilmektedir (Kaya ve Yıldırım, 2020; Ödemiş ve Hasan, 2019). Bu durum, destinasyonun alternatif turizm türleri kapsamında yaratıcı turizme yönelmesini gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın bulguları, yaratıcı turizmin küçük ölçekli destinasyonlar için uygulanabilir bir yaklaşım olduğunu savunan Richards ve Raymond (2000)’un çalışmasıyla örtüşmektedir. Bu doğrultuda, Gümüşhane’ye özgü gastronomik ürünlerin (pestil-köme, kuşburnu, Araköy ekmeği, kuru fasulye ve siron gibi) geleneksel üretim teknikleriyle yaratıcı turizm faaliyetleri kapsamında değerlendirilebileceği anlaşılmaktadır.

Çalışma bulguları, yaratıcı gastronomi turizminin Gümüşhane’de sürdürülebilir şekilde geliştirilebilmesinin bütüncül, planlı ve bilimsel temelli yaklaşımlarla olabileceğini göstermektedir. Bu bulgu, sürdürülebilir turizm açısından yaratıcı turizmin önemli bir araç olduğunu vurgulayan Zoğal ve Emekli (2017)’nin çalışma sonuçlarıyla paralellik göstermektedir. Ayrıca bulgular, Yalçınkaya (2018)’nin Çanakkale örneğinde gastronomik unsurların sürdürülebilir yaratıcı turizm açısından önemini ortaya koyduğu çalışmayla örtüşmekte; ancak mevcut çalışma, gastronomik unsurların yaratıcı turizmle entegrasyonuna ilişkin somut ve uygulamaya dönük bulgular sunması bakımından literatürdeki benzer çalışmalardan ayrılmaktadır.

Çok paydaşlı yaklaşımla elde edilen çalışma bulguları, Ohridska ve Ivanov (2010)’un yaratıcı turizm iş modeliyle uyum göstermektedir. Ziyaretçiler ve yerel paydaşlar bağlamında arz ve talep faktörlerinin karşılandığı, aynı zamanda yaratıcı gastronomi turizminin Gümüşhane’de inovasyon, ekonomik katkı,

istihdam ve sürdürülebilirlik gibi somut kazanımlar ile kültürel etkileşim, mirasın aktarımı ve yerel değerlerin korunması gibi soyut kazanımlar açısından modelin öngördüğü çıktılarla örtüştüğü görülmektedir. Bu durum yaratıcı gastronomi turizminin Gümüşhane’de gelişiminin kuramsal açıdan desteklenebilir bir yapıda olduğunu göstermektedir.

Çalışmada, paylaşım, üretim ve atölye deneyimleri aracılığıyla Gümüşhane’ye özgü gastronomik ürünlerin deneyim temelli turistik ürünlere dönüştürülmesiyle gastronomik mirasın korunabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgu, yaratıcı turizm aracılığıyla gastronomik mirasın korunabileceğini belirten Akdu ve Boztoprak (2023), Çalık ve Ödemiş (2015) ve Yüce ve Yaleze (2018)’nin çalışmalarındaki tespitlerle örtüşmektedir. Bu çalışma kapsamında somut olmayan kültürel mirasın gastronomi aracılığıyla turistik ürüne dönüştürülebileceği, bir kez daha ortaya konulmuştur.

Çalışma bulguları, ziyaretçilerin yaratıcı gastronomik deneyimlere yönelik ilgisinin yüksek olduğunu ve bu tür deneyimlerin ziyaretçiler üzerinde kalıcı izler bıraktığını göstermektedir. Bu bulgu, ziyaretçi deneyimlerini derinleştiren ve hatırlanabilirliği artıran yaratıcı turizm faaliyetlerine odaklanan Hung vd. (2016), Kılıç ve Aslan (2022), Sipahi (2022) ve Wang vd. (2020) tarafından yapılan çalışmaların bulgularıyla örtüşmektedir.

Çalışmanın dikkat çekici sonuçlarından biri de yerel paydaşların yaratıcı gastronomik faaliyetlere katılım isteği ve olumlu tutum sergilemeleridir. Bu yönüyle çalışma, Alkaya ve Yaşar (2024)’ın bulgularıyla örtüşmektedir. Çok paydaşlı yaklaşımıyla mevcut çalışma, yalnızca yerel halkın görüşlerine odaklanan benzer çalışmalardan ayrılmakta ve destinasyona ait yaratıcı turizm potansiyelini daha kapsamlı biçimde değerlendirmektedir. Ayrıca yaratıcı turizm kapsamında kullanılacak gastronomik ürünlerdeki mevsimsellik farklılıklarını dikkate alması yönüyle literatürdeki benzer çalışmalarla uyumlu olduğunu göstermektedir.

Çalışmada ayrıca, yöresel ürünlerin tüketici tercihlerini yönlendirdiği ortaya konmuştur. Pestil köme kent sembolü olarak öne çıkarken coğrafi işaretli ürünlerin istenen düzeyde tercih edilmediği görülmektedir. Bu durum, ürünlerin algısal değerini yükseltecek tanıtım ve markalaşma stratejilerinin güçlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu sonuçlar, yerel ve geleneksel ürünlerin yüksek algısal değer yarattığını ortaya koyan Feldmann ve Hamm (2015) ile Skuras ve Vakrou’nun (2002) bulgularıyla örtüşmektedir.

Son olarak, konaklama ve altyapı yetersizlikleri, finansman eksikliği, özel sektör yatırımlarının yetersizliği ve tanıtım faaliyetlerinin zayıflığı, Gümüşhane’de yaratıcı gastronomi turizminin gelişimini sınırlayan temel engeller olarak tespit edilmiştir. Bu bulgular, Gümüşhane’de gastronomi turizminin gelişmemesini sunum ve tanıtım eksikliğine bağlayan Akyürek ve Zeybek’in (2018) çalışma sonuçlarıyla örtüşmektedir. Mevcut çalışma, bahsedilen sorunların büyük ölçüde devam ettiğini ortaya koymakta ve turizmde bütüncül, planlı ve sürdürülebilir stratejilerin geliştirilmesi gerektiğine işaret etmektedir.

Sonuç olarak bu çalışma, Gümüşhane’nin gastronomik ürünlerini yaratıcı turizm kapsamında il ölçeğinde nitel olarak değerlendirmekte ve literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Çok paydaşlı bulgular doğrultusunda ise deneyim temelli uygulamalar, iş birliği ve atölye–festival yaklaşımlarıyla uygulanabilir bir alternatif turizm modeli önererek akademik ve uygulamaya dönük özgün katkılar sunmaktadır.

Sınırlılıklar

Araştırma, mekânsal, örnekleme ve zamansal sınırlılıklar taşımaktadır. Çalışmanın sadece Gümüşhane ilinde ve sınırlı bir katılımcı grubuyla yürütülmesi, bulguların genellenebilirliğini kısıtlamaktadır. Bununla birlikte katılımcı kitlesi içinde çeşitlilik yaratılarak bu kısıtın etkisi hafifletilmeye çalışılmıştır. Katılımcı profilinin çoğunlukla erkeklerden oluşması, gastronomik süreçlerde kadın bakış açısının yeterince yansıtılamamasına yol açmıştır. Erkek katılımcı yoğunluğu, özellikle işletmeciler ve yerel yöneticilerdeki erkek ağırlığından kaynaklanmaktadır. Ayrıca araştırmanın belirli bir zaman diliminde gerçekleştirilmiş olması, bulguların yaygınlığını ve zamansal geçerliliğini sınırlandırmıştır.

Öneriler

Bu bölümde çalışmanın sonuçlarından hareketle destinasyon yöneticileri için bazı öneriler geliştirilmiştir. Bu önerileri şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Yöresel ürünlerin destinasyon markalaşmasında daha etkin kullanılabilmesi için pestil-köme, kuşburnu ve yerel bakliyat ürünleri gibi öne çıkan gastronomik değerler tanıtım faaliyetlerinde ön plana çıkarılmalıdır.
- Yerel üreticiler, kamu kurumları, üniversiteler ve turizm işletmeleri arasında iş birliği mekanizmaları geliştirilerek yaratıcı gastronomi turizmine yönelik ortak projeler oluşturulmalıdır.

- Gastronomi festivalleri, atölye çalışmaları ve deneyim temelli etkinlikler artırılarak ziyaretçilerin destinasyonla daha güçlü bağ kurması sağlanmalıdır.
- Sosyal medya ve dijital pazarlama araçları daha etkin kullanılarak destinasyonun gastronomik çekiciliği ulusal ve uluslararası ölçekte görünür hâle getirilmelidir.
- Yerel ürünlerin sürdürülebilirliğini desteklemek amacıyla coğrafi işaretleme, kalite standardizasyonu ve yerel üreticiyi teşvik eden uygulamalara önem verilmelidir.
- Yaratıcı gastronomi turizminin yerel paydaşların iş birliğiyle oluşturulacak kurumsal yapılar (Gümüşhane Gastronomi Turizmi Derneği veya Gastronomi Turizmi Koordinasyon Ofisi) aracılığıyla yürütülmesi önemlidir. Bu doğrultuda yemek atölyeleri ve üretim deneyimlerinin tur programlarına entegre edilmesi ile hijyen, altyapı ve hizmet standartlarının geliştirilmesi önerilmektedir.

Çalışmada araştırmacılar için de bazı öneriler ortaya konulabilir. Bu kapsamda gelecek çalışmalarda yaratıcı gastronomi turizmi kapsamında ziyaretçi deneyimlerine odaklanan araştırmalar yürütülebilir. Ayrıca hâlihazırda yaratıcı gastronomi turizmi kapsamında ürünler sunan destinasyonlarda turistik ürün geliştirme süreçleri araştırılabilir.

Etik Beyan: Bu çalışmada kullanılan ölçek için Gümüşhane Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 15/11/2024 tarihli ve 2024/9 nolu toplantısında 294926 sıra sayılı kararı ile izin alınmıştır. Aksi bir durumun tespiti halinde Journal of Gastronomy Hospitality and Travel (JOGHAT) Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazar (lar) ına aittir.

Yazar Katkı Beyanı: 1. Yazarın katkı oranı %50, 2. Yazarın katkı oranı ise %50'dir.

Çıkar Beyanı: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Kaynakça

- Ajanovic, E. and Çizel, B. (2015). Unesco yaratıcı kentler ağı ile Antalya kentinin değerlendirilmesi. *Akdeniz İnsani Bilimler Dergisi*, 5(1), 1-16.
- Akbaba, A. ve Kendirci, P. (2016). Gastronomi turizmi ve coğrafi işaretlemeli ürünler. O. N. Özdoğan (Ed.), *Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler 2*. İçinde. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akdu, U. ve Boztoprak, B. (2023). Somut olmayan kültürel miraslara yönelik yaratıcı turizm uygulamaları: Pasınlar lavaşı örneği. *Erciyes Akademi*, 37(4), 1535-1565.
- Akgöl, Y. (2012). *Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Akoğlan Kozak, M., Evren, S. ve Çakır, O. (2013). Tarihsel süreç içinde turizm paradigması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 7-22.
- Akşit Aşık, N. (2014). Yaratıcı (kreatif) turizm. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(31), 786-795.
- Akyürek, S. ve Zeybek, H. İ. (2018). Gümüşhane ilinin gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi. *Social Sciences Studies Journal (SSSJJournal)*, 4(15), 869-882.
- Akyürek, S. ve Zeybek, H. İ. (2023). Gümüşhane ilinde gastronomik bir değer olarak kuşburnu üzerine bir değerlendirme. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi* (10), 42-59. <https://doi.org/10.58455/cutsad.1278472>
- Akyürek, S., Çalık, İ., Taş, S., Pir, R., Kaya, F. ve Zeybek, H. İ. (2024). Kültürel miras unsuru olarak yayla mutfak kültürü: Gümüşhane ili örneği. *Milli Folklor*, 18(141), 78-91.
- Alkaya, Ü. Ö. ve Yaşar, E. (2024). Lavanta kokulu köyün yaratıcı turizm potansiyelinin araştırılması. *Journal of Applied Tourism Research*, 5(1), 21-27.
- Altınay, M. ve Dinçer, F. İ. (2017). Geleneksel el sanatlarının yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilmesi. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4(Special Issue 1), 343-352.
- Arslan, F. (2025). Gastronomi turizmi perspektifinden destinasyonlarda yaratıcı ve yenilikçi uygulamalar. Y. Oğan (Ed.), *Gastronomi alanında tematik araştırmalar IV* (ss. 123–134). Çizgi Kitabevi.
- Bozbey, A. (2025). Yaratıcı turizm araştırmalarının bibliyometrik analizi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (67), 10-23.

- Boztoprak, B. (2021). *Somut olmayan kültürel mirasların yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilmesi: ince ekmek yapımı ve paylaşımı geleneği, Erzurum örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gümüşhane Üniversitesi.
- Braun, V. and Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- Carvalho, L. and Costa, T. (2011). Tourism innovation – A literature review complemented by case study research. *In Book of Proceedings: International Conference on Tourism and Management Studies* (Vol. 1, pp. 23–33). Algarve.
- Cihangir, İ. S., Akmeşe, K. A. ve Akmeşe, H. (2023). Gastronomi turizmi bağlamında mutfak kültür mirası olarak törensel bir yemek “Örfene”. *Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi*, (16), 122-133.
- Creswell, J. W. (2015). Nitel araştırma yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni. (M. Bütün ve S. B. Demir, Çev.). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Çalık, İ. ve Ödemiş, M. (2015). *Somut olmayan kültürel miras unsurlarının sürdürülebilir turizm kapsamında değerlendirilmesi: Gümüşhane ili örneği*. 16. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, Çanakkale, Türkiye. 833–843.
- Çalık, İ., Kaya, F., Akdu, U., Sezerel, H., Aras, G. ve Köstepen, A. (2013). Gümüşhane ili turizm potansiyeli. İ. Günaydın (Ed.), *Gümüşhane Üniversitesi Yayınları*.
- Doğru, E. (Ed.). (2010). *Gümüşhane dut pestili ve kömesi*, Gümüşhane: Gümüşhane Valiliği Yayınları-11.
- Duran, E. (2016). *Turist Perspektifinden*. Paradigma Akademi.
- Duxbury, N. and Richards, G. (2019). Towards a research agenda for creative tourism: Developments, diversity, and dynamics. *A research agenda for creative tourism*, 1-14.
- Duxbury, N., Bakas, F. E., Vinagre de Castro, T. and Silva, S. (2020). Creative tourism development models towards sustainable and regenerative tourism. *Sustainability*, 13(1), 2.
- Ergan, K., Kızıllırmak, İ. ve Ergan, S. (2020). Gastronomik ürünlerin destinasyon seçimine olan etkisi: Edirne ili örneği. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(3), 1-10.
- Esen, M.K. (2022). Yöresel lezzetlerin gastronomi turizmi açısından önemi: Türkiye’deki helvalar. *Aydın Gastronomy*, 6(2), 283-294.
- Feldmann, C. and Hamm, U. (2015). Consumers’ perceptions and preferences for local food: A review. *Food Quality and Preference*, 40, 152–164. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2014.09.014>
- Gezinomi. (2024). *Gümüşhane gezi rehberi*. Erişim tarihi: 2 Haziran 2024, <https://www.gezinomi.com/gezi-rehberi/gumushane>
- GoTürkiye. (2024). *Gümüşhane’de tat*. Erişim tarihi: 15 Nisan 2024, <https://gumushane.goturkiye.com/tr/tat>
- Güler, S. (2010). Türk mutfak kültürü ve yeme içme alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26, 24-30
- Gülüm, E. (2015). Yaratıcı turizm - halk kültürü ilişkisi ve yerelin popülerleşmesi. *Millî Folklor Dergisi*, 27 (105), 87-98.
- Güneş, G., Ülker, H.İ. ve Karakoç, G. (2008). Sürdürülebilir Turizmde Yöresel Yemek Kültürünün Önemi. II. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler. 10-11 Nisan. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Alanya İşletme Fakültesi.
- Gürsoy, D. (2001). *Yöresel mutfağımız*. (2. Baskı). Oğlak Yayıncılık.
- Haber61. (2024). *Gümüşhane’de ne yenir? Gümüşhane’nin en meşhur yemekleri*. Erişim tarihi: 15 Nisan 2024, <https://www.haber61.net/bolgeyel/gumushanede-ne-yenir-gumushanenin-en-meshur-yemekleri-h561853.html>

- Harrington, R.J. (2005). Defining gastronomic identity: The impact of environment and culture on prevailing components. Texture and flavours in wine and food. *Journal of Culinary Science and Technology*, 4 (2/3), 129-152.
- Hornig, J. S. and Tsai, C. T. (2011). Exploring marketing strategies for culinary tourism in Hong Kong and Singapore. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 17(3), 277-300.
- Hung, W. L., Lee, Y. J. and Huang, P. H. (2016). Creative experiences, memorability and revisit intention in creative tourism. *Current Issues in Tourism*, 19(8), 763-770.
- İğdır, E. (2020). Gastronomi turizmi kapsamında sokak lezzetlerinin yeri ve gastronomik bir ürün olarak değerlendirilmesi. *Journal of Tourism Research Institute*, 1(2), 101-110.
- Kamber Taş, S. ve Taş, S. (2020). İşletme yöneticilerinin coğrafi işaret tesciline yönelik bakış açıları: Gümüşhane ili örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(2), 985-994.
- Karabulut, Y. (Haz.). (2017). *Gümüşhane mutfağı ve yöresel tatlar*. Trabzon: Trabzon Gümüşhaneliler Derneği.
- Kaya, F. ve Yıldırım, G. (2020). Ekoturizm potansiyeli açısından Doğu Karadeniz Bölgesi'nin değerlendirilmesi. *Tourism and Recreation*, 2(2), 125-133.
- Kesici, M. (2012). Kırsal turizme olan talepte yöresel yiyecek ve içecek kültürünün rolü. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(2), 33-37.
- Kılıç, B., ve Aslan, H. (2022). Yaratıcı deneyimin destinasyon hatırlanabilirliği ve sadakat üzerine etkisi: Avanos örneği. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 17(66), 490-516.
- Kivela, J. and Crotts, J.C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience A Destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research* 30(3): 354-377.
- Lubis, T. A., Nizori, A., Firmansyah, E., Dewi, E. and Ningsih, M. (2023). *Gastronomic Tourism as a Creative Tourism Industry*. In *Proceedings of the 4th Green Development International Conference (GDIC 2022)* (pp. 278-284). Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-110-4_29
- Nazır, B. ve Saylan, K. (Eds.). (2010). *Gümüşhane tarihi* (İl oluşunun 85. yılında Gümüşhane Tarihi ve Ekonomisi Sempozyumu tarih bildirileri). Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi Yayınları.
- OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) (2014). *Tourism and the creative economy, OECD studies on tourism, OECD Publishing*. DOI: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264207875-en>
- Ohridska-Olson, R. V. and Ivanov, S. H. (2010, September). Creative tourism business model and its application in Bulgaria. In *Proceedings of the Black Sea Tourism Forum' Cultural Tourism–The Future of Bulgaria*.
- Okutan, Y. A. (2022). Yeni nesil bir turizm ürünü olarak yaratıcı turizm. *Social Mentality and Researcher Thinkers Journal* (Smart Journal), 8(56), 561-568.
- Ödemiş, M. ve Hassan, A. (2019). Gümüşhane'nin eko-turizm potansiyelinin kavramsal analizi ve bu potansiyelin değerlendirilmesine yönelik öneriler. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 59-70.
- Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S. ve Can, A. (2013). Sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde coğrafi işaretlemenin önemi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), 13-30.
- Özyürek, S. G. (2025). Yaratıcı turizm: Kavramsal çerçeve ve Türkiye'deki uygulamalar. *Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları Dergisi*, 8, 1-11.
- Pearce, D. G. and Butler, R. W. (1993). *Tourism research: Critiques and challenges*. Routledge.
- Pir, B. (2020). *Gümüşhane ili Kelkit havzası ilçelerinin gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gümüşhane.

- Remoaldo, P., Matos, O., Freitas, I., da Silva Lopes, H., Ribeiro, V., Gôja, R. and Pereira, M. (2019). Good and not-so-good practices in creative tourism networks and platforms: An international review. *In A research agenda for creative tourism* (167-181). Northampton: Edward Elgar Publishing.
- Richards G. (2010). Tourism Development Trajectories-from culture to creativity? *Tourism and Management Studies*, 6, 9-15.
- Richards, G. (2002). From cultural tourism to creative tourism: european perspectives. *Tourism*, 50 (3): 225-234.
- Richards, G. (2018). Gastronomy: A creative tourism resource. In M. Novelli (Ed.), *Creative tourism: A global perspective* içinde (pp. 123-140). Routledge.
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism. The state of the Art. *Annals of Tourism Research*, 38(4): 1225–1253.
- Richards, G. and Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News*. 23, 16-20.
- Richards, G. and Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: a solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27(6), 1209–1223.
- Richards, G., Wisansing, J.J. and Paschinger, E. (2018). *Creating CreativeTourism Toolkit*, Ed: Jutamas Jan Wisansing, Perfect Link Consulting Group Co. Ltd., Thailand.
- Sarıoğlan, M., Deveci, B., Deveci, B. and Şahin, N. (2022). *Creating gastronomic product inventory: A research — example of Edremit region*. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(4), 1599–1608. <https://doi.org/10.33083/joghat.2022.223>
- Sipahi N. (2022). *Yaratıcı turizm faaliyetlerinin unutulmaz turizm deneyimi üzerindeki etkileri* (Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Skuras, D. and Vakrou, A. (2002). Consumers' willingness to pay for origin-labelled wine: A Greek case study. *British Food Journal*, 104(11), 898–912. <https://doi.org/10.1108/00070700210454622>
- Şengül, S. ve Genç, K. (2016). Festival turizmi kapsamında yöresel mutfak kültürünün destekleyici ürün olarak kullanılması: Mudurnu İpekyolu Kültür Sanat ve Turizm Festivali örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (23), 79–89.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2024). *Coğrafi işaretler listesi (Gümüşhane)*. Erişim tarihi: 10 Ağustos 2024, <https://ci.turkpatent.gov.tr/coGRAFI-isaretler/liste?il=29>
- UNESCO (2006). *Towards sustainable strategies for creative tourism. Discussion Report Of The Planning Meeting For 2008, International Conference On Creative Tourism*, 25-27.
- UNESCO Türkiye Millî Komisyonu. (2024). *UNESCO yaratıcı şehirler ağı*. Erişim tarihi: 11 Mart 2024, <https://www.unesco.org.tr>
- Ülker, T., Kazancı, Ş., Yılmaz, N. ve Doğru, E. (2011). *Gümüşhane Halk Kültürü*, (6. Cilt), Trabzon: Gündüz Ofset Matbaacılık ve Yayıncılık.
- Wang, C., Liu, J., Wei, L. and Zhang, T. (2020). Impact of tourist experience on memorability and authenticity: A study of creative tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37(1), 48–63.
- Yalçınkaya, P. (2018). *Çanakkale'nin UNESCO yaratıcı şehirler ağı gastronomi teması kapsamında potansiyelinin değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Yıldırđan, M. S., Yeşildağ, G. N. G. ve Batman, O. (2026). Yaratıcı turizm çalışmaları: sistematik literatür incelemesi. *Dynamics in Social Sciences and Humanities*, 7(1), 28-42.
- Yüce, A. ve Yaleze, H. D. (2018). Türkiye'de cittaslow (yavaş şehir) hareketi ve bir öneri: Gümüşhane merkez ilçesi. *The Journal of International Scientific Researches*, 3(4), 158-180.
- Yüncü, H. R. (2010). *Sürdürülebilir turizm açısından gastronomi turizmi ve Perşembe Yaylası* (10. Aybastı-Kabataş Kurultayı Yerel Değerler ve Yayla Turizmi içinde, ss. 28–34). Aybastı-Kabataş Kurultayı Yayınları, Ankara.

Zoğal, V. ve Emekli, G. (2017). Yaratıcı turizm ve kavramsal ve coğrafi bir yaklaşım. *Ege Coğrafya Dergisi*, 26(1), 21-34.