

Editörler

**Prof. Dr. Volkan ALTINTAŞ**

**Prof. Dr. Mehmet Emre GÜLER**

---

# **TEKNOLOJİ VE TRENDLERLE REKREASYON**

---



Ankara, 2024

**DETAY YAYINLARI** : 1906

1. Baskı : Kasım 2024  
**ISBN** : 978-605-254-989-6  
Yayıncı Sertifika No : 46573  
Matbaa Sertifika No : 42488

*Kitap bölümlerine ait her türlü yasal/akademik ile bilim, etik ve dil sorumluluk bölüm yazarlarına aittir.*

**© Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Şti.**

*Her hakkı saklıdır. Yazarından ve yayınevinden yazılı izin alınmaksızın bu kitabın fotokopi veya diğer yollarla kısmen veya tamamen çoğaltılması, basılması ve yayınlanması yasaktır. Aksine davranış, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu gereğince, 5 yıla kadar hapis ve adli para cezaları ile fotokopi ve basım aletlerine el konulmasını gerektirir.*

Dizgi : Detay Yayıncılık  
Kapak Tasarım : Detay Yayıncılık  
Baskı ve Cilt : Bizim Buro Basımevi  
1. Sanayi Caddesi Sedef Sokak No: 6/1 İskitler-Ankara

---

**Kütüphane Bilgi Kartı**

Editörler: Volkan Altıntaş ve Mehmet Emre Güler  
Teknoloji ve Trendlerle Rekreasyon, 1. Baskı  
ISBN: 978-605-254-989-6, vi + 120 sayfa, kaynakça var, dizin yok

---



**GENEL DAĞITIM ve İSTEME ADRESİ**  
**DETAY ANATOLIA AKADEMİK YAYINCILIK LTD. ŞTİ.**  
Adakale Sokak No: 14/4 Kızılay/Ankara  
Tel : (0.312) 434 09 49 • Faks: (0.312) 434 31 42  
Web: www.detayyayin.com.tr • e-posta: detayyay@gmail.com

# ÖNSÖZ

Gün geçtikçe ilerleyen teknoloji ile birlikte, rekreasyon alanında olduğu gibi insanların boş zaman değerlendirme ve rekreasyon alışkanlıklarında da değişiklikler görülmektedir. Bireylerin boş zamanlarını geçirdikleri alanlar dijital çağla birlikte hızlı bir şekilde yenilenirken, rekreasyonel faaliyetler özellikle yeni jenerasyon tarafından farklı şekillerde benimsenmekte ve geleneksel anlamda değişiklik olmaktadır. Bu kitap, teknoloji ve trendler ışığında geçirmekte olduğumuz rekreasyon dünyasındaki değişimleri ifade ederken, aynı zamanda, geleceği rekreasyon modellerinin bir ön görülmesi olarak karşımıza çıkacaktır. Rekreasyon sadece fiziksel sağlığı değil, aynı zamanda ruh ve sosyal dengesizliğinde etkili olduğu dikkate alınmalıdır. Hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelen bu faaliyetler, insan kapasitesini yeniden diriltip düzenleme süresini kapsar.

Bireylerin hayat kalitesini yükseltmedeki rolüne dair geniş bir perspektif sunan bu eserin, rekreasyon ve turizm gibi alanlarda bir referans kaynağı olacağına inanıyoruz. Teknolojinin ve trendlerin şekillendirdiği bu yeni dönemde, rekreasyonel faaliyetlerin toplum üzerindeki etkisini daha iyi kavramak ve yeni açılım ve yaklaşımlar geliştirmek için sizleri bu konuda yeni bir yolculuğa çıkarmak istedik.

Bu kitabın hazırlanmasında emeği geçen tüm yazarlara en içten teşekkürlerimizi sunarız. Rekreasyon alanındaki uzmanlıklarını ve değerli bilgilerini bizlerle paylaşarak bu eseri zenginleştiren yazarlar, kitabın her bölümünde derinlemesine çalışmalar ve özgün bakış açıları sundular. Onların özverili çalışmaları ve akademik katkıları olmadan bu kitabı hayata geçirmek mümkün olmazdı. Bu yolculukta emeği geçen herkese bir kez daha teşekkür eder, bu kitabın rekreasyon alanında önemli bir kaynak olmasını temenni ederiz.

**Prof. Dr. Volkan ALTINTAŞ**

**Prof. Dr. Mehmet Emre GÜLER.**



# İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	iii
BOŞ ZAMAN VE REKREASYON .....	1
<i>Yağmur CAN GABERLİ</i>	
REKREASYON PAZARLAMASI .....	14
<i>Ali KOÇAK</i>	
REKREASYON VE YAŞAM KALİTESİ .....	28
<i>Ramazan DEMİR</i>	
ETKİNLİKLER VE FESTİVALER KAPSAMINDA REKREASYON .....	41
<i>Merve AKSOY, Cemre TOKATLI</i>	
GASTRONOMİ TEMALİ REKREASYONEL FAALİYETLER .....	65
<i>Oğuz DOĞAN, Batuhan GÜRS</i>	
REKREATİF TURLAR.....	80
<i>Özge ÇALHAN</i>	
ERİŞİLEBİLİR TURİZMDE REKREASYON.....	99
<i>Emre KARADUMAN</i>	
DİJİTAL REKREASYON.....	110
<i>Buçcan GÜVENOL</i>	



# GASTRONOMİ TEMALİ REKREASYONEL FAALİYETLER

*Oğuz DOĞAN<sup>6</sup>*

*Batuhan GÜRS<sup>7</sup>*

## GİRİŞ

Dünya genelinde ekonomik faaliyetleri oluşturan önemli sektörlerinden birisi olarak kabul gören turizm sektöründe (Manola ve Koufadakis, 2020), turistlerin davranışları, ihtiyaçları ve beklentilerinde meydana gelen değişiklikler nedeniyle iletişim, tanıtım ve hizmetlerde önemli değişiklikler yapılması gerekmiştir (De Albuquerque Meneguel vd., 2019). Destinasyonların sunduğu “güneş, deniz ve kum” tatillerinden sıkılan birçok turist artık ürün veya hizmet yerine duygusal ve keyif verici deneyimler aramaktadırlar (Leong vd., 2017). Dolayısıyla günümüzde daha fazla satın alma gücüne ve daha fazla boş zamana sahip olan turistler (De Albuquerque Meneguel vd., 2019), seyahatleri konusunda daha büyük hedefler belirlemekte ve daha büyük beklentiler içerisine girmektedirler. Bu durum, küresel turizmde belirli eğilimlerin ortaya çıkmasına yol açmaktadır (Nesterchuk vd., 2021). Bu bakımdan turizm sektöründe son yıllarda giderek daha önemli bir rol oynamaya başlayan yiyeceğin (Aydın, 2020), dolayısıyla gastronominin, ortaya çıkan yeni eğilimlerin önemli unsurlarından birisi olduğu ifade edilebilir.

Son dönemde yerel yiyeceklerin bir çekicilik unsuru olarak ortaya çıktığı, yeni gastronomik deneyimler ile yeni lezzet arayışının öneminin arttığı belirtilmektedir (Sanchez-Cañizares ve Castillo-Canalejo, 2015). Önceki yıllarda, turistlerin ilgisini çekebilecek bir unsur olarak görülmeyen ancak günümüzde üst düzey bir turistik deneyim olarak kabul edilen gastronomi (Kyriakaki vd., 2016), turistlerin turizm destinasyonlarını ziyaret etme motivasyonunu artıran önemli unsurlardan birisi olarak görülmektedir (Özdemir ve Seyitoğlu, 2017). Bu bakımdan gastronomi, farklı ve özel mutfak deneyimlerini yaşamak isteyen bireylerin sayısının artmasına bağlı olarak küresel bir ilgi çekmektedir (Manola ve Koufadakis, 2020). Bu sebeple, turizm faaliyetleri için gerekli olan kaynaklardan (tarihi ve doğal kaynaklar) mahrum olan

<sup>6</sup> Doç. Dr., Antalya Bilim Üniversitesi, Turizm Fakültesi, E-mail: oguz.dogan@antalya.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3038-1719

<sup>7</sup> Arş. Gör., Antalya Bilim Üniversitesi, Turizm Fakültesi, E-mail: batuhan.gurs@antalya.edu.tr, ORCID: 0009-0001-2177-0739

destinasyonlar için bir alternatif oluştururken, diğer taraftan turizm deneyimini zenginleştirmekte ve kısa seyahatler için turizm talebi yaratabilmektedir (Sanchez-Cañizares ve Castillo-Canalejo, 2015). Bu duruma bağlı olarak gastronomi, bir çekme faktörü olarak kullanılmakta (Kyriakaki vd., 2016) ve destinasyon pazarlamasında önemli bir rol oynamaktadır (Kyriakaki vd., 2016; Özdemir ve Seyitoğlu, 2017).

Gastronomi, bireylerin biyolojik ihtiyaçlarını karşılamanın yanı sıra deneyim kalitelerine de katkıda bulunmakta ve bu sayede bireylerin genel seyahat deneyimlerini belirleyebilmektedir (Kyriakaki vd., 2016). Dolayısıyla gastronominin, seyahat deneyiminin önemli bir unsuru olduğu söylenebilir (Sánchez-Cañizares ve López-Guzmán, 2012). Zira bireylerin yerel restoranlarda gastronomik unsurları denemeleri, sokak yemeklerini tatmaları, yemek kurslarına katılmaları ve bilmedikleri yerlerdeki gıda pazarlarını, gıda sergilerini veya festivalleri ziyaret etmeleriyle ilgili bir turizm deneyimi biçimidir (Leong vd., 2017). Yemek, sadece gastronomi ile ilgili olan turizm türlerinin değil, farklı turizm türlerinin de temeli haline gelmiş (Sanchez-Cañizares ve Castillo-Canalejo, 2015), aynı zamanda bir destinasyonun kültürel mirasının somut olmayan ürünleri arasında da yer almıştır (Aydın, 2020). Farklı yemeklerin tadına bakmak veya alışılmadık bir gastronomi deneyimi yaşamak, bireylerin sıra dışı bir turistik deneyim yaşamalarının yanı sıra bir destinasyonun yerel kültürü hakkında bilgi edinmeleri için de bir fırsat yaratmaktadır (Leong vd., 2017). Dolayısıyla tüm bu unsurlar, gastronomi turizminin gelişmesine zemin hazırlamıştır (Sormaz vd., 2016).

Gastronomi turizmi, kültürel canlanmanın, sosyal ve ekonomik kalkınmanın başlatıcısı olmasının yanı sıra bir dinlenme, sosyalleşme, öğrenme, eğlence ve rekreasyon kaynağıdır (Leković vd., 2023). Bu bakımdan gastronomi ve rekreasyonel faaliyetler açısından bir ilişkinin varlığından söz edilebilir. Rekreasyon faaliyetleri, bireylerin boş zamanlarında gönüllü olarak katıldıkları faaliyetler olarak ifade edilmekte (Er ve Akturfan, 2022) ve bu faaliyetler temel olarak açık ve kapalı alanlarda yapılabildiği gibi tüm hava koşullarında gerçekleştirilebilmektedir (Koçyiğit, 2014).

Bireylerin, gastronomi turizmi kapsamında, yiyecek ve içeceklerin odak noktası olduğu ve rekreasyonel faaliyet olarak değerlendirilebilecekleri çeşitli faaliyetler bulunmaktadır. Bunlar yerel restoranlarda yeme ve içme, yemek festivalleri, eğitim kursları, yemekle ilgili müzelere, çiftçi pazarlarına ve çiftliklere ziyaretler, fabrika turları, belirli bir yemeğin nasıl hazırlandığını görme, yerel evlerde yemek yeme vb. (Kokkranikal ve Carabelli, 2024; Kyriakaki vd., 2016; Manola ve Koufadakı, 2020; Sormaz vd., 2016) faaliyetlerdir.

## 1. GASTRONOMİ TEMELLİ REKREATİF FAALİYETLER

Bu bölümde gastronomi temalı rekreasyonel faaliyetler; Smith ve Xiao (2008) tarafından belirtilen tipolojiler temel alınarak tesisler, faaliyetler, etkinlikler, festivaller, turlar, rotalar ve eğitim (Smith ve Xiao, 2008) başlıkları altında detaylı bir şekilde ele alınmaya çalışılacaktır.

### Tesisler

Temel motivasyonu yiyecek ve içecek olan gastronomi turizmi, gıda ihtiyaçlarını tedarik edebilecek çiftçiler, balıkçılar, kahve dükkanları, peynir üreticileri vb. küçük ve büyük birçok işletmeden oluşmaktadır (Magri-Harsich vd., 2024). Bu işletmelerin turistik amaçlı kullanımı, tesis temelli gastronomi faaliyetlerini ifade etmektedir (Smith ve Xiao, 2008).

Restoranlar, dışarıda yemek yemenin var olduğu günden bugüne temel olarak insanların beslenmesi için kullandıkları alanlar olmuştur. Zaman içerisinde teknolojiye yaşanan gelişmeler, sosyo-ekonomik durumda meydana gelen iyileşmeler, şehirleşme, küreselleşme gibi unsurlar sebebiyle restoranlar sadece beslenme amacıyla değil aynı zamanda sosyalleşmek, vakit geçirmek (Daries-Ramon vd., 2019; Kearney, 2010; Özdemir ve Buldaç, 2021) ve yeni deneyimler kazanmak için de kullanılmaktadır (Furtado vd., 2017). Bireylerin yakın arkadaşlarıyla ve aile fertleriyle aralarında olan bağları güçlendiren ve bireylere yeni kişilerle tanışma imkanı veren restoranların (Chen vd., 2024) günümüzde bireylere modern yaşamın stresinden ve yoğunluğundan uzaklaşma fırsatı veren alternatif rekreasyon alanlarından birisi olduğu söylenebilir. Restoran deneyimlerinin sosyal etkileşim, kültürel deneyimler, psikolojik ve duyuşsal tatmin gibi bireylere çeşitli fayda sağladığı belirtilmektedir. Bu kapsamda gastronomi ve rekreasyonun ortak alanlarından birisi olarak kabul edilebilecek restoranların modern toplumun dinamikleri açısından büyük bir öneme sahip olduğunu ifade etmek mümkündür (Bisogni vd., 2002; Chen vd., 2024; Daries-Ramon vd., 2019; Smith ve Xiao, 2008). Restoran seçimi kişi istek, ihtiyaç ve beklentilerine göre değişiklik göstermektedir. Bu nedenle çeşitli restoran derecelendirme kuruluşları kişilerin restoran seçimlerinde belirleyici olmaktadır (Yoo ve Ha, 2022). Bu bağlamda Michelin Guide (Michelin Yıldızı) restoranları lezzetin uyumu, malzemelerin kalitesi, tekniklerdeki ustalık, şefin mutfaktaki kişiliği ve tüm bunların tutarlılığı gibi beş kıstas ile ölçülmektedir (Michelin Guide). Benzer bir derecelendirme kuruluşu Gault ve Millau'dur. Bu derecelendirmede restoranlar; hizmet, fiyat, yemek kalitesi ve atmosfer üzerine değerlendirilerek çeşitli sınıflandırmalar yapılmaktadır (Gault ve Millau). Bu alanda başka bir derecelendirme kuruluşu The World Best 50 olmuştur. İlgili kuruluş tarafından bir restoran, kendi

akademilerinde yetişmiş ve tarafsız bir şekilde en iyisini arayan, 40 üyeden oluşturulan bir panel tarafından oylanmaktadır (The World 50 Best).

Gastronomi müzeleri bölgesel ve ulusal mutfakları, yiyecek ve içecek kültürünü, yemek pişirme tekniklerini, üretim süreçlerini, üretimde kullanılan araç-gereçleri ve beslenme alışkanlıklarını sergileyen mekânlardır (Chang ve Yuan, 2011; Kim vd., 2020). Gastronomi müzelerinin sahip olduğu bu gibi özellikler, ziyaretçiler için temel bir motivasyon kaynağı oluşturmakta ve kendilerine ayıracakları zamanlarını değerlendirmek için alternatif bir etkinlik türü olmaktadır (Hall, 2003). Dünya’da ziyaret edilebilecek çok sayıda gastronomi müzesi bulunmaktadır. Bunlar, içerisinde 4.000’den fazla mutfak eseri, çeşitli restoranlar, şarap bazı, özel şarap koleksiyonu, mevsim bahçesi, alışveriş alanı, çeşitli atölyeler ve etkinlikler barındıran Chuck Williams Mutfak Sanatları Müzesi (CIA at Copia), Auguste Escoffier’in doğduğu yerde yer alan Escoffier Mutfak Sanatları Müzesi (Musee-Escoffier), dış mimarisi ve bahçesiyle ön plana çıkan, atölyelerin ve aşçılık derslerinin de düzenlendiği Alimentarium Yemek Müzesi (Alimentarium), İtalya’da yer alan Dondurma Müzesi (Gelato Museum) ve Fransa’da yer alan Choco Story Çikolata Müzesi’dir (Choco Story Brussels). Türkiye’de ise 2000 yılından beri çeşitli gastronomi müzeleri açılmakta ve ziyaretçi ağırlamaktadır. Polenezköy Arıcılık Müzesi (2000), Mürefe Feyzi Kutman Şarap Müzesi (2004), Emine Göğüş Mutfak Müzesi (2008), Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu (2010), Zavot Peynir Müzesi (2012), Baklava Müzesi (2016), Safranbolu Kahve Müzesi (2019), Çay Müzesi (2022) bunlardan bazılarıdır (Aydın ve Bulut Solak, 2024).

Şarap ile ilgili faaliyetler hem turizmi hem de rekreasyonu içerisinde barındıran niş ilgi alanlarından birisidir. Söz konusu faaliyetler, şarap dükkânları ve üzüm bağlarını ziyaret etme, şarap gösterileri, şarap festivalleri, şarap turları ve rotalarına katılmayı içermektedir (Duarte Alonso vd., 2020; Smith ve Xiao, 2008). Geleneksel şarap imalathaneleri doğrudan üretilen şarapların satışından gelir elde etmektedir fakat modernleşen şarap imalathaneleri azalan tarım arazilerinin ve değişen iklim koşullarının etkisiyle sürdürülebilir önlemler almak zorunda kalmıştır. Zorlaşan şartlar ve insanların yeni şeyler keşfetme isteği imalathaneleri turizme açılmaya yöneltmiştir (Teng vd., 2022; Winfree vd., 2018). Özellikle kırsal şarap imalathaneleri, yöresel üzümler ve geleneksel yöntemler kullanarak gerçekleştirdikleri üretim faaliyetlerini, hizmet faaliyetlerine entegre ederek bireylere kişiselleştirilmiş yeni deneyimler sunmaktadır (Teng vd., 2022). Örneğin İtalya’da yer alan Cantina Castello di Torre in Pietra şarap imalathanesi 1500 yılında şarap üretim ve depolama amacıyla kullanılan Pietra kalesinin arkasındaki havzada bugün 52 hektar alanda organik üzüm tarımı ve doğal şarap üretimleri yanı sıra çeşitli

etkinliklerle günübirlik ziyaretçileri ağırlamaktadır (Cantina Castello di Torre in Pietra, 2024).

Ŗarap imalathanelerinin ziyaret edilmesi sırasında gerekleŖtirilebilen ya da ayrı olarak gerekleŖtirilebilen üzüm bağları ziyareti, bireyler açısından eŖsiz, karakteristik ve ilgi çekici olabilmektedir. zm bağı ziyaretleri konaklamalı veya konaklamasız, uzun süreli veya günübirlik ziyaretler Ŗeklinde gerekleŖebilmektedir (Duarte Alonso vd., 2020; Teng vd., 2022; Winfree vd., 2018). zm bağları genellikle köy ya da daha az ŖehirleŖmiŖ bölgelerde yer almakta ve bu sayede ziyaretçilere doğa ile i içe olma fırsatı sunmaktadır (Lamoureux vd., 2022; Poitras ve Donald, 2006; Smith ve Xiao, 2008). Bağcılarının düzenli ve bakımlı bağlar oluŖturmasına vesile olan bağ ziyaretleri bireylere, Ŗarap retim sürecini yerinden ve en baŖından deneyimleme imkanı vermektedir (Poitras ve Donald, 2006; Vecchio vd., 2024). Tadımların yapılması, ziyaret etkinliği kapsamında hikayeler paylaŖılması ve eğitim faaliyetlerinin düzenlenmesi gibi etkinlikler içeren üzüm bağı ziyaretlerinin ayrıca yre halkıyla bağ kurulması, bölgenin tanıtımın yapılması, bölge için gelir kaynağı olması gibi çok yönlü faydaları bulunmaktadır. Bu sebeple söz konusu etkinliğin çevresel, sosyal ve ekonomik olarak sürdürülebilir rekreasyonel faaliyetlerden birisi olduğunu söylemek mümkündür (Alebaeki vd., 2015; Poitras ve Donald, 2006). Örneğin lkemizde Kırklareli ilinde yer alan ve 2004 yılında faaliyete baŖlayan Dessara Bağ Evi, bağ bozumu, bağ ve üretim tesisi turu, bağda caz konserleri ve gün batımı turu gibi hizmetlerin yanı sıra konaklama ve gastronomik lezzetlerle ilgili etkinlikler düzenlemektedir (Dessera).

Butik bira imalathaneleri yerel ziyaretçiler için bir çekicilik unsuru olmaktadır. Bu imalathaneler butik olabilmesi için tabi olduğu ülkenin endüstriyel üretim miktarının altında kalmalı, bağımsız ve küçük üreticilerden oluŖmalıdır (Rahman vd., 2023). Bira imalathanelerinin ziyaret eden bireylerin temel motivasyonunu yerel, yeni ve karakteristik lezzetlerin tadılmasının yanı sıra kiŖisel tatmini sağlayan kaliteli bira içme isteği oluŖturmaktadır (Xu vd., 2024). Bira imalathanelerinin turizm faaliyetleri kapsamında, imalathane turları, test barları ve eŖitli etkinlikler yapılmaktadır. Özellikle butik biracılığın ziyaretçi sayısı artırmak için bunlara ek olarak kmelenmiŖ butik üreticiler arasında bira rotaları oluŖturulmaktadır (Dunn ve Wickham, 2016).

Pazarlar ya da ifti marketleri, bulunduğu bölgede üretilen yöresel ve geleneksel ürünlerin en doğal haliyle üreticiden tüketicilere ulaŖtırıldıđı alanlardır. Belirli günlerde düzenli olarak kurulup toplanan bu alanların hedef kitlesi genellikle tüketiciler olmasına rağmen eŖitli sebeplerle ziyaretçiler de

pazarları gezip görmek istemektedirler (Azavedo ve Walsh, 2018). Zira pazarların yalnızca uygun fiyatlı taze sebze ve meyve bulunabilecek alanlar olmadığı, pazarların ayrıca turistik faaliyetler için kullanılabilecek önemli mekanlar olduğu ifade edilmektedir (Thompson, 2020). Ziyaretçiler, pazar gezileri esnasında bölgede yetişen bitkiler hakkında bilgi edinmekte, yeni lezzetler tatmakta ve pazarların kurulmuş olduğu alana özgü atmosfer sayesinde eşsiz bir deneyim yaşamaktadırlar (Thompson, 2020; Frost vd.,2016). Pazar gezileri sayesinde ziyaretçilerin çiftçilerle olan iletişimlerinin artması neticesinde var olan sosyal ilişkiler güçlenmekte ve aynı zamanda ziyaretçilerin pazarlarda alışveriş yapmaları durumunda yerel ekonomiye katkı sağlanmaktadır. Bu sebeple pazar gezilerinin sürdürülebilir gıda üretim sistemini destekleyici bir rolünün olduğu söylenebilir (Garner ve Ayala, 2019). Zira yapılan bir araştırmada ekonomik kalkınma, yerel gıdalar, yerel gıda üreticileri, toplum ve estetik gibi olguların çiftçi pazarları için anahtar kelimeler olduğu belirtilmiştir (Manser, 2022).

Çiftlikler yakın çevresinde konaklama imkânı olan zirai, besi vb. çeşitli faaliyetlerin yapıldığı geniş alanlardan oluşmaktadır. Doğayla iç içe kurulan bu alanlar çeşitli üretim faaliyetlerinin yanı sıra kentlerde yaşayan insanların kendileri için ayırdıkları vakitlerini geçirecekleri alanlar haline gelmiştir (Olsen, 2009; Yıldırım, 2018). Bu gezilerde ziyaretçilerin temel motivasyonu genel olarak görülecek şeyler, yapılacak aktiviteler ve satın alınacak ürünler olmak üzere üç ana faaliyet çerçevesinde şekillenmektedir (Malkanthe ve Routray, 2012). Görülecek şeyler genellikle bulunduğu alanlarda doğayı ve yürütülen etkinlikleri kapsarken yapılacak aktiviteler kendi tüketecekleri sebze, meyve ve diğer ürünlerin ekimini, bakımını ve hasadını yaparak tüketmelerini, besi hayvanlarıyla ilgilenmelerini, beslenmelerini, süt sağımı yaparak peynir, yağ ve kaymak gibi ürünlerin üretimini gerçekleştirmelerini kapsamaktadır (Blacka vd., 2001). Diğer bir faaliyet olarak görülen satın alma da üretilen gastronomi unsurlarının satın alınmasıdır (Malkanthe ve Routray, 2012). Ziyaretçilere doğayla bütünleşme, sosyalleşme, eğitim, bilinçlenme gibi faydalar sağlamanın yanı sıra çiftlikler, çiftlik sahibine o bölgenin kültürünü, coğrafyasını ve tarihini öğretme imkânı sağlarken çiftçilere de sürekli gelir imkânı sağlamaktadır. Bu sayede bu tür etkinlikler, çiftliklerde sürdürülebilirliği sağlayan önemli rekreatif faaliyetler arasında yer almaktadır (Malkanthe ve Routray, 2012; Ohorodnyk ve Finger, 2024; Smith ve Xiao, 2008).

## Aktiviteler - Etkinlikler

Yemek yeme faaliyeti sadece restoranlarda değil aynı zamanda yerel ürünlerle yapılan piknikler, barbekü, mangal gibi çeşitli aktiviteleri de içermektedir. Bu tip aktiviteler kişilerin kendi yiyecek ve içecek operasyonlarını yürütmesini gerektirir (Liu vd., 2024; Smith ve Xiao, 2008). Piknik, mangal, barbekü gibi faaliyetler genel olarak açık alan etkinlikleri arasında yer almaktadır. Bu sayede insanlar günlük buldukları kapalı ortamlardan uzaklaşarak ormanlık alanlarda, göl ve deniz kenarlarında, çeşitli piknik ve mesire alanlarında doğayla iç içe olurken kendi isteklerine göre çeşitli yemekler yapıp tüketebilmektedir (Güney vd., 2020; Sadeghi ve Haghghat Bin, 2023).

Gastronomi turları birçok açıdan hem yerel hem de yabancı turistlerin hoş vakit geçirecekleri uygulamalar ve gastronomi deneyimlerini artırıcı çeşitli faaliyetler içermektedir (Kutukız ve Akyürek, 2021; Ofluoğlu vd., 2016). Gastronomi turları, yiyecek üretim alanları, içecek üretim tesisleri, tarihi yerler-yapılar, çiftçi pazarları, tarım bölgeleri, halk pazarları, yemek dükkanları, mutfak müzeleri, çiftlikler, meyve bahçeleri, lezzet caddeleri gibi gastronomi aktivitelerinin bulunduğu bir çok yere düzenlenmektedir (Başoda vd., 2018). Çoğunlukla bölgesel işletmelerin girişimlerinin yerel ürünleri ön plana çıkartmasıyla yürütülen gastronomi turları, aynı zamanda üretilen gıdaların doğrudan tüketiciye ulaşması sayesinde sürdürülebilir iş modelleri arasında yer almaktadır (Ndhlovu ve Dube, 2024). Örneğin zeytinyağı turları kapsamında sıkım tesislerinin gezdirilmesi, elde edilen zeytinyağının ziyaretçilere sunulması ve birçok rota içerisinde zeytinlerin yetiştiği alanları kapsarken (Aydın, 2023; **Büyük ve Can, 2020**; Sánchez-Cubo vd., 2023), peynir üretimi turları genellikle peynir üretim alanları ve satış alanlarından oluşmaktadır. Bu faaliyetleri yerel çiftlik sahipleri yürütmektedir (Fusté-Forné, 2020). Bazı peynir üretimi turları inek çiftliği gezilerini de içermektedir (Magri-Harsich vd., 2024).

Gastronomi turlarına bir başka örnek ise şarap turlarıdır. Üzüm bağlarından başlayan şarap turları satış mağazalarında sonlandırılmakta ve yerel ve yöresel ürünler ile ziyaretçilerle buluşturulmaktadır (Duarte Alonso vd., 2020; Teng vd., 2022; Winfree vd., 2018). Şarap turları kapsamında oluşturulan şarap rotaları, şarap ile ilgili faaliyetlere katılanların en doğru deneyimi yaşayabilmeleri için (Festa vd., 2020; Hojman ve Hunter-Jones, 2012; Szromek vd., 2021) genellikle özel olarak tasarlanmış ücretsiz yol broşürleri, işaretleri olan haritalar, yerel rehberler veya devlet yetkilileri tarafından resmi veya gayri resmi kanallarla oluşturulmaktadır (Hojman ve Hunter-Jones, 2012). Bu rotalar içerisinde şarap festivalleri, şarap gösterileri, şarap tadımları ve

şarap eğitimleri yer almaktadır (Smith ve Xiao, 2008). Şarap turları kapsamında ayrıca yerel ve yöresel üretim teknikleri gününbirlik atölyelerle ziyaretçilere gösterilmektedir (Balderas-Cejudo vd., 2022). İtalya, Val D'orciasarap rotası (Montalcino Wine Tours; Val d'Orcia), İspanya Rioja şarap bölgesi turu (Rioja Wine Region), Portekiz, Douro şarap tadım ve şarap bölgesi turu (Wine Tours ve Tasting), Fransa, Provence ve Güney Afrika şarap turları (Atılğan Boneval.), Türkiye, Trakya bağ rotası (Mahlas: Fikirman) bu kapsamda düzenlenen şarap turlarına örnek verilebilir.

## Eğitim

Çalışma vakitlerinden artan vakitlerini amatör veya daha üst seviyelerde yemek pişirip bu alanda yeni bilgiler öğrenerek geçirmek isteyenler çeşitli atölye (workshop) çalışmalarına katılmaktadırlar. Bu tür atölyelere katılan kişiler, aşçılık yarışmaları, gastronomi kitap ve dergileri sayesinde boş vakitlerini hem öğrenerek hem de eğlenerek değerlendirmektedir (Smith ve Xiao, 2008). Bireyler katılım sağlayacakları gastronomi eğitimlerini bilgi düzeylerine ve ilgi alanlarına göre seçebilmekte (Vanscoy vd., 2020) ve böylelikle yemek pişirme becerilerini ve mutfak bilgilerini geliştirebilmektedirler (Balderas-Cejudo vd., 2022). Etkin kullanılan gastronomi atölyelerinde katılımcılara gıda bilimi, beslenme düzeni gibi farklı disiplinleri kapsayan eğitim verilmesi mümkündür (Sörensen ve Mouritsen, 2019). Bu sayede bireyler, arkadaşları, aileleri ve kendileri için yemek hazırlayabilmektedirler. Dolayısıyla bu tür atölye eğitimleri, bireylerin sosyal ve ruhsal tatminin yanı sıra sağlıklı bir yaşam sürmesine de yardımcı olmaktadır (Balderas-Cejudo vd., 2022). Mutfak Sanatları Akademisi (MSA) eğitimlerini uzmanlık derecelerine göre sınıflandırmış gastronomi alanında uzmanlaşmak isteyenler için profesyonel eğitimler verilirken, hobi olarak yapmak isteyenlere mutfak severler eğitimleri verilmektedir (MSA). Acun Medya Akademisi bünyesinde Chef Eğitimi, ProChe Eğitimi, Pastry Chef Eğitimi ve ProPastry Chef Eğitimi olarak sınıflandırmış 5 haftadan 16 haftaya kadar geniş bir aralıkta hobilerini ilerletmek isteyen veya bu alanda uzmanlaşmak isteyenlere yönelik eğitimler sunulmaktadır (Acun Medya Akademisi).

## Festivaller

Çeşitli yiyecek-içecek gösterileri, festivaller ve fuarlar rekreatif gastronomi faaliyetleri arasında yer almaktadır. Bu etkinlikler kişilerin boş zamanlarını değerlendirirken gastronomi deneyimlerini farklı bir şekilde yaşamasına olanak sağlamaktadır. Yerel halkın bu tip etkinliklere katılmasının yanı sıra gelen gastronomi turistlerinin de gastronomi etkinliklerine katılması destinasyonun çekicilik unsurunu artırmaktadır (Yarış ve Kanik, 2017).

Yemek festivalleri, dünya çapında geniş bir popülerliğe sahiptir (Meretse vd., 2016; Organ vd., 2015). Yemek festivalleri, yiyeceğin birleştirici gücü sayesinde sosyal sürdürülebilirliğe, ekonomik katkısıyla ekonomik sürdürülebilirliğe aynı zamanda yöresel ve geleneksel yiyecek-içeceklerin tanıtımıyla kültürel sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır (Irimiás vd., 2024). Yemek festivallerinin, sürdürülebilirliğe sağlamış olduğu katkıların yanı sıra festivallere katılım sağlayan kişilerde uzun süreli mutluluk, özgürlük ve konfor gibi pozitif etkiler uyandırmaktadır (Rossetti vd., 2024). Bu kapsamda yapılan bir çalışmada katılımcıların daha aktif rol oynayabildikleri rekreasyon faaliyetleri içeren yemek festivallerinin daha uzun süre hatırlandığı ve bu tür etkinliklerin katılımcıların memnuniyet düzeylerini yükselttiği belirlenmiştir (Choo vd., 2022).

2024 yılında düzenlenen Kopenhag yemek festivali kapsamında 80.000 ziyaretçi İskandinav mutfağının mevsimsel ve yerel lezzetlerini on gün boyunca tatmış ve yanı sıra yiyecek ve içecek atölyeleri, yiyecek ve içecek etkinlikleri, çikolata ve mantar eğitimleri, yerel pazarlara ve kültürel alanlara geziler olmak üzere birçok etkinliğe katılmıştır (Copenhagen Cooking). Uluslararası nitelikte benzer başka bir festival ise Napoli Pizza Festivalidir. Uzun süredir düzenlenen bu festivale 2019 yılında 1.063.000 ziyaretçi katılmış ve etkinlik kapsamında 131.000 pizza üretilmiştir. Festival on gün boyunca sürmüş ve içerisinde çocuklar ve yetişkinler için ayrı ayrı atölyeler, konuşmalar, sergiler düzenlenmiştir (Pizza Village). Diğer bir festival ise domates festivalidir (La Tomatina). Günümüzde, bu festivalin yaygınlaşması ve düzenlendiği bölgenin insan yoğunluğunu kaldıramamasından kaynaklı domates festivalinin girişi 20.000 kişi ile sınırlandırılmıştır (La Tomatina Tours). Türkiye her yıl çeşitli yemek festivallerine ev sahipliği yapmaktadır. Bunlar bölgesel olarak sınıflandırılarak Akdeniz, Ege, Marmara, İç Anadolu, Güneydoğu Anadolu, Karadeniz ve Doğu Anadolu bölgeleridir (Akturfan ve Şen, 2023). Örneğin Isparta Gül Festivali'nde gül hasadı yapılmakta, gül ürünleri gelen yerli ve yabancı ziyaretçilere tanıtılmaktadır (Isparta Belediyesi). Gastro Afyon Lezzet Festivali, yöresel etkinlikler, atölyeler, yemek yarışmaları ve konserler eşliğinde gerçekleştirilmektedir (GastroAfyon). Balıkesir Ayvalık Zeytin Hasadı Festivali kapsamında bisiklet turları, koşu etkinlikleri ve canlı müzik etkinlikleriyle festival deneyimleri artırılmaya çalışılmaktadır (Ayvalık Ticaret Odası).

## KAYNAKÇA

- Acun Medya Akademi. Eğitimler. Gastronomi. Erişim Adresi: <https://acunmedyaakademi.com/gastronomi> (Erişim Tarihi: 13.09.2024).
- Akturfan, M., & Şen, A. (2023). Rekreasyon Turizmi Bağlamında Gastronomi Temalı Festivaller. *Journal Of Humanities And Tourism Research*, 13(1), 230-244.
- Alebaki, M., Menexes, G., & Koutsouris, A. (2015). Developing A Multidimensional Framework For Wine Tourist Behavior: Evidence From Greece. *Wine Economics And Policy*, 4(2), 98-109. <https://doi.org/10.1016/j.wep.2015.11.002>
- Alimentarium. Alimentarium: A Nestlé Foundation. Erişim Adresi: <https://www.alimentarium.org/en> (Erişim Tarihi: 12.09.2024).
- Atılğan Boneval, Z. Şarap Rotaları – Toscana, Rioja, Douro, Provence, Güney Afrika. *Yolculuk Terapisi*. Erişim Adresi: <https://www.yolculukterapi.com/sarap-rotalari/> (Erişim Tarihi: 13.09.2024).
- Aydın, M. (2023). Zeytinin Ve Zeytinyağının İzinde: Oleoturizm. In K. Kaptangil & A. T. Bayram (Eds.), *Turizm Araştırmaları II* (Pp. 399-417). Özgür Yayınları. <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub399.c1575>
- Aydın, F., & Bulut Solak, B. (2024). Atatürk Orman Çiftliği Müze Ve Sergi Salonu'nun Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Açısından Değerlendirilmesi. *Aydın Gastronomy*, 8(1), 43-64.
- Ayvalık Ticaret Odası. Ayvalık Uluslararası Zeytin Hasat Festivali. Erişim Adresi: <https://ayvalikto.org.tr/ayvalik-zeytin-hasat-gunleri/> (Erişim Tarihi: 13.09.2024).
- Azavedo, Mark & Walsh, John. (2018). How Important Is Food At Farmers' Markets? Evidence From Bardon Farmers' Market, Brisbane, Queensland, Australia. *Journal Of Economic Studies*. 4. 32-39.
- Balderas-Cejudo, A., Alava, J. I., & Zurbitu-Aldama, I. (2022). Discovering Silver Market Segments In Cooking Courses: The Case Of Basque Culinary Center. *International Journal Of Gastronomy And Food Science*, 28, 100496. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100496>
- Başoda, A., Aylan, S., Kılıçhan, R., & Acar, Y. (2018). Gastronomi Uzmanlığı, Turları Ve Rehberliği: Kavramsal Bir Çerçeve. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(3), 1809-1926. <https://doi.org/10.17218/hititsosbil.436190>
- Bengodi. Asmadan'da Bağcılık. Erişim Adresi: <https://www.bengodi.com.tr/bagcilik> (Erişim Tarihi: 13.09.2024).
- Bisogni, C. A., Connors, M., Devine, C. M., & Sobal, J. (2002). Who We Are And How We Eat: A Qualitative Study Of Identities In Food Choice. *Journal Of Nutrition Education And Behavior*, 34(3), 128-139. [https://doi.org/10.1016/s1499-4046\(06\)60082-1](https://doi.org/10.1016/s1499-4046(06)60082-1)
- Büyük, Ö., & Can, E. (2020). Zeytinyağı Kültürel Rotalarının Turizm Potansiyeli Açısından Değeri Ve Türkiye'de Uygulanabilirliği. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(1), 191-210. <https://doi.org/10.34189/tfd.23.01.009>

- Cantina Castello Di Torre In Pietra. Storia Della Cantina. Erişim Tarihi: <https://castelloditorreinpiertra.com/azienda/> (Erişim Tarihi: 27.08.2024).
- Chang, W., & Yuan, J. (Jessica). (2011). A Taste Of Tourism: Visitors' Motivations To Attend A Food Festival. *Event Management*, 15(1), 13-23. <https://doi.org/10.3727/152599511x12990855575024>
- Chen, Y. V., Wong, I. A., Leong, A. M. W., & Huang, G. I. (2024). Having Fun In Micro-Celebrity Restaurants: The Role Of Social Interaction, Foodstagramming, And Sharing Satisfaction. *International Journal Of Hospitality Management*, 120, 103768. <https://doi.Org/10.1016/J.Ijhm.2024.103768>
- Choco Story Brussels. Home. Erişim Adresi: <https://choco-story-brussels.be/en> (Erişim Tarihi: 12.09.2024).
- CIA At Copia. Home. CIA At Copia: The Culinary Institute Of America. CIA At Copia. Erişim Adresi: <https://www.ciaatcopia.com/> (Erişim Tarihi: 12.09.2024).
- Copenhagen Cooking. Gense Programmet Fra 2024. Erişim Adresi: <Https://Www.Copenhagencooking.Dk/Gense-Programmet-Fra-2024/> (Erişim Tarihi: 29.08.2024).
- Daries-Ramon, N., Cristobal-Fransi, E., & Mariné-Roig, E. (2019). Deployment Of Restaurants Websites' Marketing Features: The Case Of Spanish Michelin-Starred Restaurants. *International Journal Of Hospitality & Tourism Administration*, 20(3), 249-280. doi.org/10.1080/15256480.2017.1383961
- Dessera. Bağ Evi | Bağda Otel | Nişan | Düğün | Bağ Rotası. Erişim Adresi: <https://desserabagevi.com/> (Erişim Tarihi: 27.08.2024).
- Duarte Alonso, A., Kok, S., & O'Brien, S. (2020). Sustainable Wine Tourism Development Through The Lens Of Dynamic Capabilities And Entrepreneurial Action: An Exploratory Four-Region Perspective. *Tourism Recreation Research*, 45(3), 401-419. doi.org/10.1080/02508281.2020.1745000
- Ertürk, M. (2018). The Motives For The Consumers' Eating Out. *Gaziantep University Journal Of Social Sciences*, 17(3), 1203-1224. doi.org/10.21547/Jss.396287
- Festa, G., Shams, S. M. R., Metallo, G., & Cuomo, M. T. (2020). Opportunities And Challenges In The Contribution Of Wine Routes To Wine Tourism In Italy – A Stakeholders' Perspective Of Development. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100585. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100585>
- Furtado, N. G., Canto, R. S., Oliveira, S. L. I. D., & Moretti, S. L. D. A. (2017). Perceptions In The Use Of Technology For Payments: A Study Of Customer Behavior In Food And Beverage Sector. *Ágora: Revista De Divulgação Científica*, 22(2), 4. doi.org/10.24302/Agora.V22i2.1602
- Fusté-Forné, F. (2020). Say Gouda, Say Cheese: Travel Narratives Of A Food Identity. *International Journal Of Gastronomy And Food Science*, 22, 100252. doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100252
- Gallarza-Granizo, M. G., Ruiz-Molina, M.-E., & Schlosser, C. (2020). Customer Value In Quick-Service Restaurants: A Cross-Cultural Study. *International Journal Of Hospitality Management*, 85, 102351. doi.org/10.1016/J.Ijhm.2019.102351

- Garner, B., & Ayala, C. (2019). Regional Tourism At The Farmers' Market: Consumers' Preferences For Local Food Products. *International Journal Of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 13(1), 37-54. doi.org/10.1108/IJCTHR-07-2018-0095
- Gastro Afyon [@Gastroafyon]. Gastroafyon [Instagram Profili]. Instagram. Erişim Adresi: <https://www.instagram.com/gastroafyon?igsh=mtlrbzh5bdkwmjb4oq==> (Erişim Tarihi: 13.09.2024).
- Gault Ve Millau. Gault & Millau Hakkında. Erişim Adresi: <https://www.gaultmillau.com.tr/gault-millau-hakkında/> (Erişim Tarihi: 12.09.2024).
- Gelato Museum. Gelato Museum: Carpigiani History Culture And Technology Of Gelato. Erişim Adresi: <https://www.gelatomuseum.com/en> (Erişim Tarihi: 12.09.2024).
- Güney, Ç., & Kaplan, M. (2020). Açık Alan Rekreasyon Etkinliği Olarak Piknik Yapan Bireylerin Çevre Tutum Ve Davranışlarının İncelenmesi. *Journal Of Recreation And Tourism Research*, 7(4), 642-664.
- Hall, C. (2003). The Consumption Of Experiences Or The Experience Of Consumption? An Introduction To The Tourism Of Taste. In *Food Tourism Around The World* (Pp. 1-24). Elsevier. doi.org/10.1016/B978-0-7506-5503-3.50004-X
- Hojman, D. E., & Hunter-Jones, P. (2012). Wine Tourism: Chilean Wine Regions And Routes. *Journal of Business Research*, 65(1), 13-21. doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.07.009
- Isparta Belediyesi. Gül Festivali Programı. Erişim Adresi: <https://isparta.bel.tr/gul-festivali-program> (Erişim Tarihi: 13.09.2024).
- Kearney, J. (2010). Food Consumption Trends And Drivers. *Philosophical Transactions Of The Royal Society B: Biological Sciences*, 365(1554), 2793-2807. doi.org/10.1098/rstb.2010.0149
- Kim, S., Park, E., & Xu, M. (2020). Beyond The Authentic Taste: The Tourist Experience At A Food Museum Restaurant. *Tourism Management Perspectives*, 36, 100749. doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100749
- Kutukız, D., & Akyürek, S. (2021). Gastro Turistlerin Deneyimleri: Gastronomi Turları Kapsamında Nitel Bir Araştırma. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 8(4), 3319-3346. doi.org/10.21325/jotags.2020.764
- La Tomatina Tours. La Tomatina 2025 - Information, Accommodation & Tickets. Erişim Adresi: <https://www.latomatinatours.com/> (Erişim Tarihi: 13.09.2024).
- Lamoureux, C., Barbier, N., & Bouzdine-Chameeva, T. (2022). Managing Wine Tourism And Biodiversity: The Art Of Ambidexterity For Sustainability. *Sustainability*, 14(22), 15447. doi.org/10.3390/su142215447
- Liu, J., Cao, J., Hsu, F.-C., & Mai, H. (2024). Building A Narcissism-Based Framework Of Picnics: An Eastern Culture Perspective. *Journal Of Outdoor Recreation And Tourism*, 46, 100774. doi.org/10.1016/j.jort.2024.100774

- Magri-Harsich, G., Fusté-Forné, F., Fernandes, C., & Vidal-Casellas, D. (2024). Artisanal Food Production In Rural Argentina: Finding Solace In Cheese Tourism? *International Journal Of Gastronomy And Food Science*, 35, 100888. doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.100888
- Four-Region Perspective. (2020). *Tourism Recreation Research*, 45(3), 401-419. doi.org/10.1080/02508281.2020.1745000
- Fikirman, M. (2023). Adım Adım Trakya Bağ Rotası. *Adım Adım Trakya Bağ Rotası*. Erişim Adresi: <https://julesverne.com.tr/travel-blog/adim-adim-trakya-bag-rotasi/>
- Malkanthi, S. H. P., & Routray, J. K. (2012). Visitor Satisfaction In Agritourism And Its Implications For Agritourism Farmers In Sri Lanka. *International Journal Of Agricultural Management*, 2(1), 17. doi.org/10.5836/ijam/2013-01-03
- Martinez-Ruiz, M. P., Ruiz-Palomino, P., Izquierdo-Yusta, A., & Pick, D. (2023). The Influence Of Food Values On Satisfaction And Loyalty: Evidence Obtained Across Restaurant Types. *International Journal Of Gastronomy And Food Science*, 33, 100770. doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100770
- Michelin Guide. Restoranlar. Erişim Adresi: <https://guide.michelin.com/tr/tr> (Erişim Tarihi: 28.08.2024)
- Michelin Guide. What Is A Michelin Star?. Erişim Adresi: <https://guide.michelin.com/en/article/features/what-is-a-michelin-star> (Erişim Tarihi: 12.09.2024)
- Montalcino Wine Tours. The Val d'Orcia Experience—Private Tours—Montalcino Wine Tours. Erişim Adresi: <https://www.montalcinowinetours.com/private-tours/experience-val-dorcia-tour/> (Erişim Tarihi: 23.07.2024).
- Morgan, M. S. (1993). Benefit Dimensions Of Midscale Restaurant Chains. *The Cornell Hotel And Restaurant Administration Quarterly*, 34(2), 40-45. doi.org/10.1016/0010-8804(93)90105-R
- MSA. Eğitimler. Erişim Adresi: <https://msa.com.tr/> (Erişim Tarihi: 13.09.2024)
- Muller, C. C., & Woods, R. H. (1994). An Expanded Restaurant Typology. *The Cornell Hotel And Restaurant Administration Quarterly*, 35(3), 27-37. doi.org/10.1016/0010-8804(94)90109-0
- Musée Escoffier. Musée Escoffier De l'Art Culinaire. <https://www.musee-escoffier.com/> (Erişim Tarihi: 12.09.2024)
- Ndhlovu, E., & Dube, K. (2024). Agritourism And Sustainability: A Global Bibliometric Analysis Of The State Of Research And Dominant Issues. *Journal Of Outdoor Recreation And Tourism*, 46, 100746. doi.org/10.1016/j.jort.2024.100746
- Ofluoğlu, M., Şişik, L., & Kizilirmak, İ. (2016). Türkiye'de Uygulanan Gastronomi Turları Rotalarının Web Tabanlı Analizi Ve Değerlendirmesi. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 4(Special 1), 258-258. <https://doi.org/10.21325/jotags.2016.35>
- Ohorodnyk, V., & Finger, R. (2024). Envisioning The Future Of Agri-Tourism In Ukraine: From Minor Role To Viable Farm Households And Sustainable Regional Economies. *Journal Of Rural Studies*, 108, 103283. <https://doi.org/10.1016/J.Jrurstud.2024.103283>

- Olsen, D. (2009). Agritourism. In M. Sznajder, L. Prezezbórska, & F. Scrimgeour (Eds.), *European Journal Of Tourism Research*, 2(2), 197-199. doi.org/10.1016/j.jrurstud.2024.103283
- Özdemir, S., & Buldaç, M. (2021). Yeme-İçme Akımları/Egilimleri Bağlamında Gelecekteki Restoranlar İçin Olası Mekânsal Kurgular Ve Tasarım Ölçütleri (Ss. 147-163). Erişim Adresi: [https://www.researchgate.net/publication/357186813\\_yeme-icme\\_akimlariegilimleri\\_baglaminda\\_gelecekteki\\_restoranlar\\_icin\\_olasi\\_mekansal\\_kurgular\\_ve\\_tasarim\\_olcutleri](https://www.researchgate.net/publication/357186813_yeme-icme_akimlariegilimleri_baglaminda_gelecekteki_restoranlar_icin_olasi_mekansal_kurgular_ve_tasarim_olcutleri)
- Pizza Village. Pizza Village Napoli. Erişim Adresi: <https://www.pizzavillage.it/napoli?lang=en> (Erişim Tarihi: 29.08.2024).
- Poitras, L., & Donald, G. (2006). Sustainable Wine Tourism: The Host Community Perspective. *Journal Of Sustainable Tourism*, 14(5), 425-448. doi.org/10.2167/jost587.0
- Rioja Wine Region. Home. Winetourismspain. Erişim Adresi: <https://winetourismspain.com/wine-regions/rioja/> (Erişim Tarihi: 23.07.2024).
- Sadeghi, Z., & Haghghat Bin, M. (2023). Enhancing Recreational Activities Through Planting Design In Neighborhood Parks. *Journal Of Outdoor Recreation And Tourism*, 42, 100591. doi.org/10.1016/j.jort.2022.100591
- Sánchez-Cubo, F., Millán-Vázquez-De-La-Torre, G., & Sánchez-Ollero, J. L. (2023). Showcasing Spanish Gastronomy Through Iberian Ham Tourist Routes. *International Journal Of Gastronomy And Food Science*, 34, 100820. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100820>
- Smith, S. L. J., & Xiao, H. (2008). Culinary Tourism Supply Chains: A Preliminary Examination. *Journal Of Travel Research*, 46(3), 289-299. doi.org/10.1177/0047287506303981
- Sörensen, P. M., & Mouritsen, O. G. (2019). Science Education And Public Understanding Of Science Via Food, Cooking, And Flavour. *International Journal Of Gastronomy And Food Science*, 15, 36-47. doi.org/10.1016/j.ijgfs.2018.11.006
- Szromek, A. R., Herman, K., & Naramski, M. (2021). Sustainable Development Of Industrial Heritage Tourism – A Case Study Of The Industrial Monuments Route In Poland. *Tourism Management*, 83, 104252. doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104252
- Teng, Y.-M., Wu, K.-S., & Wang, W.-C. (2022). Exploring Rural Winery Loyalty: The Effect Of Visitors' Experience In Taiwan Rural Winery Tourism. *Journal Of Rural Studies*, 96, 32-41. doi.org/10.1016/j.jrurstud.2022.10.015
- The World 50 Best. The Voting System. Erişim Adresi: <https://www.theworlds50best.com/voting/the-voting-system> (Erişim Tarihi: 12.09.2024)
- Thompson, M. (2020). Farmers' Markets And Tourism: Identifying Tensions That Arise From Balancing Dual Roles As Community Events And Tourist Attractions. *Journal Of Hospitality And Tourism Management*, 45, 1-9. doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.016

- Val d'Orcia. Tuscany. Italia.İt. Erişim Adresi: <https://www.italia.it/en/tuscany/things-to-do/val-orcia> (Erişim Tarihi: 23.07.2024).
- Vanscoy, A., Thomson, L., & Hartel, J. (2020). Applying Theory In Practice: The Serious Leisure Perspective And Public Library Programming. *Library And Information Science Research*, 42(3), 101034. <https://www.italia.it/en/tuscany/things-to-do/val-orcia>
- Vecchio, R., Annunziata, A., & Bouzdine-Chameeva, T. (2024). How To Promote Sustainable Wine Tourism: Insights From Italian And French Young Adults. *Annals Of Tourism Research Empirical Insights*, 5(2), 100137. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2024.100137>
- Wine Tours And Tasting. Home. Erişim Adresi: <https://www.winetourismportugal.com/en/wine-experiences/wine-tours-tasting> (Erişim Tarihi: 23.07.2024).
- Winfree, J., McIntosh, C., & Nadreau, T. (2018). An Economic Model Of Wineries And Enotourism. *Wine Economics And Policy*, 7(2), 88-93. <https://doi.org/10.1016/j.wep.2018.06.001>
- Yarış, A., & Kanık, E. (2017). Turistlerin Yeni Gastronomi Etkinliklerine Katılma Niyeti. *Aydın Gastronomy*, 7(2), 223-240. [https://doi.org/10.17932/iau.gastronomy.2017.016/gastronomy\\_v07i2004](https://doi.org/10.17932/iau.gastronomy.2017.016/gastronomy_v07i2004)
- Yıldırım, G. (2018). Kırsal Turizm Kapsamında Türkiye'de Çiftlik Turizminin Değerlendirilmesi: Tatuta Çiftlikleri Örneği. <https://hdl.handle.net/20.500.12395/14376>
- Yoo, J.-Y., & Ha, H.-Y. (2022). An Empirical Test Of Alternative Models: A Comparison Between Casual And Fine Dining Restaurants. *Journal Of Hospitality And Tourism Management*, 51, 550-558. [doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.05.009](https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.05.009)