



Zeynep Ceren Akkök

Dünyada Düzenlenen Gastronomi Festivalleri Üzerine SWOT Analizi

SWOT Analysis of Gastronomy Festivals Worldwide

Balıkesir Üniversitesi, zeynepceren.kose@comu.edu.tr

Öz

Gastronomi festivalleri birçok farklı paydaşın bir araya geldiği ve farklı dinamiklerin oluşturduğu organizasyonlardır. Festivalin organizatörleri, yerel yönetimler, gastronomi profesyonelleri, yerel üreticiler gibi farklı paydaşlar festival sürecinde önemli roller üstlenmektedir. Bu nedenle gastronomi festivallerinin değerlendirilmesinde paydaş perspektifinin dikkate alınması önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı, dünyada düzenlenen gastronomi festivallerini bir sınıflandırma çerçevesinde incelemektir. Araştırma kapsamında farklı ülkelerde gerçekleştirilen gastronomi festivallerine ilişkin veriler literatür taraması yöntemiyle derlenmiş ve festivaller düzenlendikleri dönemlere göre sınıflandırılmıştır. Bu doğrultuda gastronomi festivallerinin coğrafi dağılımı, tematik özellikleri ve etkinlik içerikleri değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda dünya genelinde düzenlenen gastronomi festivallerinin yapısal özellikleri ortaya konmuş ve festivallerin gastronomi turizmi, destinasyon tanıtımı ve gastronomik deneyim sunumu açısından taşıdığı önem değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda gastronomi festivallerinin farklı ülkelerdeki uygulama biçimleri ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Festival, Gastronomi festivalleri, gastronomi.

Abstract

Gastronomy festivals can also be defined as organizations where multiple stakeholders come together and various dynamics interact. Different stakeholders such as festival organizers, local authorities, gastronomy professionals (chefs), and local producers assume important roles throughout the festival process. Therefore, considering the stakeholder perspective is important in the evaluation of gastronomy festivals. The aim of this study is to examine gastronomy festivals organized around the world within a classification framework. Within the scope of the research, data related to gastronomy festivals held in different countries were compiled through a literature review and the festivals were classified chronologically according to their organization periods. In this context, the geographical distribution, thematic characteristics, and activity structures of gastronomy festivals were analyzed. Based on the findings obtained, the structural characteristics of gastronomy festivals worldwide were identified, and their significance in terms of gastronomy tourism, destination promotion, and the presentation of gastronomic experiences was evaluated. As a result, the study presents a chronological framework that reveals the different implementation practices of gastronomy festivals in various countries.

Keywords: Gastronomy festivals, festival, gastronomy.

Giriş

Festivaller, katılımcıların geçmişten gelen kültürel deneyimlerini güncel yaşamla birleştirmelerine olanak tanırken; aynı zamanda belirli bir zaman ve mekânda sosyalleşme ve eğlenme fırsatları sunan aktiviteler olarak tanımlanmaktadır (Çavuş & Gürgah, 2022). Gastronomi festivalleri ise genellikle bir bölgeye özgü ürünlerin veya yöresel yiyecek ve içeceklerin tanıtımına odaklanan temalarla gerçekleştirilebilmektedir (Solunoglu & Orgun, 2024). Gastronomi etkinlikleri, kırsal bölgelerde sürdürülebilir kalkınmayı desteklemek ve hem sosyal hem de ekonomik açıdan katkı sağlamak amacıyla düzenlenmektedir (Dredge & Whitford, 2011). Bu tür organizasyonlar, bireylerin yemeğe ve gastronomiye duydukları tutkuyu ve isteği dışı vurabilmeleri açısından büyük önem taşımakla birlikte festivallerin düzenlendiği bölgeye olan motivasyonu da doğrudan etkilemektedir (Büyükşalvarcı & Akkaya, 2018).

Bu çalışmada dünyada düzenlenen gastronomi festivalleri hakkında bir literatür taraması yapılmıştır. Öncelikle gastronomi festivalleri listelenmiş daha sonra bu festivaller hakkında detaylı bilgi verilmiş ve SWOT analizi yapılmıştır.

Kavramsal Çerçeve

Festival Kavramı

Latince "festum" kökünden türeyen festival kavramı, şenlik ve halk eğlencesini ifade etmektedir (Falassi, 1987). Festivallerin kökeninin insanlık tarihinin ilk dönemlerine uzandığı görülmekte; ilkel toplulukların dini ya da dünyevi nitelikteki önemli olayları oyunlar ve ortak yemekler aracılığıyla kutladıkları bilinmektedir (Durkheim, 1957). Bu kutlamalar, günümüz festival anlayışının ilk biçimleri olarak kabul edilmektedir. Festivaller, tarih boyunca dini kökenlerden de beslenerek toplumların ekonomik gelişimine, kültürel etkileşimine ve toplumsal kaynaşmasına katkı sağlamıştır (Atak vd., 2017). Getz (2010) de festivalleri destinasyonların turistik çekiciliğini artıran ve ziyaretçilere benzersiz deneyimler sunan etkinlikler olarak tanımlamaktadır. Kısa süre içinde yoğun ziyaretçi çekmeleri dolayısıyla festivaller, bölgeye doğrudan ve dolaylı ekonomik katkılar sağlamaktadır. Ziyaretçi yoğunluğu, konaklama, yeme-içme, ulaşım ve yerel ürün satışları gibi sektörlerde geçici ancak güçlü bir ekonomik hareketlilik sağlamaktadır. Söz konusu ekonomik canlılık, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler açısından önemli gelir fırsatları sunmakla birlikte yerel ekonominin dinamizmini artırmaktadır (Getz, 2010).

Festival kavramı; dini veya sosyal kökenlere sahip geleneksel kutlamalara, halk geleneklerine ve özel günlere kadar çok geniş bir etkinlik yelpazesini tanımlamak için kullanılabilir. Tek bir açık alanda gerçekleştirilen küçük ölçekli etkinlikler olarak ve büyük metropol etkinlikleri de festival kavramı içerisinde değerlendirilmektedir. Festivaller değişkenlik, geçicilik ve kısa süreli oluş gibi özellikleriyle tanınmaktadır. Bununla birlikte genel olarak bir "festival", yıl boyunca sürdürülebilir olmayacak ölçüde yoğun bir etkinlik programı ve sıklığına sahip olmasıyla diğer kültürel etkinlik programlarından ayrılmaktadır (Ager, 2016).

Del Barrio ve diğerleri festivalleri "somut olmayan kültürel mirasın karakteristik bir örneği" olarak tanımlasa da (2012), festivaller aynı zamanda fiziksel mekânlar ve somut kültürel miras unsurlarıyla da doğrudan ilişkilendirilmektedir. Festivaller, mekânsal ve zamansal sınırları olan, farklı gerçekliklerin bir araya geldiği bütünsel yapılar olarak tanımlanmakla birlikte; çoğu zaman yalnızca kendi bağlamı içinde anlam kazanan sembolik, durumsal ve konumlanmış etkinlikler ve anlamlar bütünü de ifade etmektedir.

Festivaller, yerel halkın kültürel değerlerini görünür kılarak toplumsal etkileşimi artıran ve kültürel paylaşımı teşvik eden ortamlar sunmaktadır (Derrett, 2003). Bu bağlamda festivaller, yalnızca ziyaretçilere yönelik bir etkinlik biçimi değil; aynı zamanda yerel toplulukların kültürel kimliklerini ifade edebildikleri sosyal bir alan olarak da değerlendirilmektedir (Akhundova, 2024). Festivaller, hem çevresel farkındalığın artmasına ve sürdürülebilir turizm uygulamalarına yönelik ilginin güçlenmesine

katkı sağlarken, hem de yoğun ziyaretçi artışı nedeniyle sürekli bir gelişimde yaratabilmektedir (Laing & Frost, 2010).

Festivaller, toplumluların kültürel mirasını, geleneklerini ve değerlerini kapsayan önemli etkinlikler olarak belirtilmektedir. Festivaller, insanları bir araya getirerek karşılıklı saygıyı güçlendirmekte, kapsayıcılığı teşvik etmekte ve böylece sosyal bütünleşme ile kültürel anlayışın gelişmesine önemli katkılar sağlamaktadır. Festivaller özellikle farklı kültürel bağlamlarda sosyal bütünleşme ve kültürel anlayış üzerindeki özgül etkileri ile sosyal bütünleşmenin farklı boyutlarını ve kültürel anlayışı doğrudan etkileyen organizasyonlar olarak da tanımlanmaktadır (Delanty, 2012).

Gastronomi ve Gastronomi Festivalleri

Gastronomi Kavramı

Gastros (mide) ve *nomos* (kanun) kelimelerinin birleşmesiyle ortaya çıkan (Scarpato, 2002) gastronomi kavramı günümüzde kültürel kimlik, tarih, coğrafya ve toplumsal değerlerle ilişkili bir deneyim alanını kapsamaktadır (Getz, 2010). Gastronomi iyi yemek pişirme sanatı veya iyi yemek yapma sanatı olarak anılmakta ve aynı zamanda da yemek ve kültür arasında köprü olarak görülmektedir. Bir yemeğin tadına bakma, yemeğin ön hazırlığını yapma ve tüm bu aşamalardan önce deneme, araştırma, keşifte bulunma ve bunları yazıya dökme ile de ilgilenmektedir (Kivela & Crotts, 2006).

Gastronomi kavramı literatürde **üretim, tüketim ve üretim-tüketim etkileşimi** olmak üzere üç temel boyutta ele alınmaktadır. Bu çerçevede bireylerin yemek deneyiminden aldığı haz, damak zevki ve gastronomik tüketim eğilimleri tüketim boyutu; yemeklerin hazırlanması, pişirilmesi ve mutfak teknikleri ise üretim boyutu kapsamında değerlendirilmektedir. Üretim ve tüketimin birlikte ele alındığı yaklaşımda yiyeceklerin hazırlanmasından sunumuna kadar uzanan süreç, servis kuralları, kullanılan ekipmanlar ve tüketim ritüelleri bütüncül bir gastronomik deneyim olarak ele alınmaktadır (Özdemir & Altınar, 2019). Gastronomi, yenilebilir ve içilebilir tüm unsurları kapsayan geniş bir alanı ifade etmektedir. Bu kapsamda gastronomi; gıdanın üretim sürecinden başlayarak tarım, ticaret ve gıda endüstrisi gibi farklı aşamaları da içeren çok boyutlu bir yapıya sahiptir. Bununla birlikte gastronomi, yiyeceklerin insan sağlığı üzerindeki fizyolojik etkilerinin yanı sıra, yemek etrafında oluşan algıların, değerlerin ve kültürel anlamların da değerlendirilmesini içermektedir.

Gastronomi ve turizm, son yıllarda birbirini tamamlayan ve karşılıklı etkileşim içinde gelişen iki önemli alan olarak öne çıkmaktadır. Bu doğrultuda turist deneyimlerinin şekillenmesinde mutfak kültürünün rolü giderek daha fazla önem kazanmış ve akademik çalışmalarda da bu konuya yönelik ilgi artmıştır. Günümüzde destinasyonlar yalnızca doğal güzellikleri veya kültürel miras unsurlarıyla değil, aynı zamanda ziyaretçilere sundukları yerel lezzetler ve özgün gastronomik deneyimler aracılığıyla da rekabet etmektedir (Sürenkök vd., 2010). Bu bağlamda gastronomik değerlerin tanıtılması ve deneyimlenmesine olanak sağlayan gastronomi festivalleri, destinasyonların gastronomi turizmi potansiyelini ortaya koyan önemli etkinlikler olarak dikkat çekmektedir.

Gastronomi Festivalleri

Gastronomi festivalleri, bir destinasyonun yerel mutfak kültürünü, gastronomik ürünlerini ve gastronomiyle ilişkili kültürel değerlerini tanıtmayı amaçlayan önemli etkinlikler arasında yer almaktadır. Bu tür festivaller; yerel üreticileri, şefleri, restoranları, turistleri ve yerel halkı bir araya getirerek gastronominin sosyal, kültürel ve ekonomik boyutlarını görünür kılmaktadır. Aynı zamanda gastronomi festivalleri, yerel ürünlerin tanıtılması, bölgesel mutfak kimliğinin korunması ve destinasyonların turistik çekiciliğinin artırılması açısından önemli bir rol oynamaktadır. Bu yönüyle festivaller, gastronomi turizminin gelişimine katkı sağlayan ve destinasyon pazarlamasında etkili bir araç olarak değerlendirilen organizasyonlar olarak kabul edilmektedir (Hall & Sharples, 2003).

Gastronomi festivalleri turizm literatüründe özel etkinlikler kapsamında değerlendirilmektedir. Gastronomi festivalleri destinasyonların gastronomik kimliğini güçlendiren önemli organizasyonlardır. Bu festivaller aracılığıyla yerel ürünler tanıtılmakta, gastronomik miras korunmakta ve gastronomi turizmi desteklenmektedir (Hall & Mitchell, 2005). Yerel mutfak kültürü, gastronomik miras ve yöresel ürünler destinasyonların kimliğini yansıtan önemli unsurlar olarak kabul edilmektedir. Gastronominin turizm deneyiminin önemli bir parçası haline gelen gastronomi festivalleri destinasyonların gastronomik kimliğini tanıtmak ve ziyaretçilere özgün deneyimler sunmak açısından önemli etkinlikler olarak öne çıkmaktadır (Hall & Sharples, 2008).

Gastronomi festivalleri, yerel mutfak kültürünün tanıtılması, yerel ürünlerin görünürlüğünün artırılması ve destinasyonların gastronomik marka haline gelmesi açısından önemli organizasyonlar olarak tanımlanmaktadır (Getz, 2010). Bu festivaller aynı zamanda yerel ekonominin canlanmasına destek olmaktadır. Yerel üreticiyi ve yerel ürünleri desteklemesi gastronomi festivallerini yerel ekonominin en önemli dinamiklerinden biri haline getirmektedir (Everett & Aitchison, 2008).

Gastronomi festivallerinin başarısı yalnızca ziyaretçi sayısı veya ekonomik katkılar ile değerlendirilmemektedir. Festival organizasyonlarının başarısını etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörler arasında organizasyonun yapısı, gastronomi açısından içerik kalitesi, deneyimin doğru tasarımı ve paydaş katılımı önemli bir yer tutmaktadır (Getz & Page, 2016).

Gastronomi festivalleri yalnızca gastronomik ürünlerin sunulduğu etkinlikler olmamakla birlikte aynı zamanda gastronomik deneyimlerin tasarlandığı ve ziyaretçilerin kültürel etkileşim yaşadığı sosyal etkinlikler olarak da tanımlanmaktadır (Richards, 2015). Gastronomi festivalleri ayrıca ziyaretçilere yöresel lezzetleri deneyimleme fırsatı sunarak destinasyona ilişkin yemek imajı algısını somutlaştırmakta ve turistlerin destinasyonla duygusal bağ kurmasına zemin hazırlamaktadır (Long, 2004). Bu yönüyle gastronomi festivalleri, yalnızca gastronomik ürünlerin tanıtımına odaklanan etkinlikler olmanın ötesine geçmekte; destinasyonun kültürel mirasının aktarılmasına aracılık eden, yerel üreticiler ile ziyaretçiler arasında etkileşim alanları yaratan ve gastronomi aracılığıyla kültürel öğrenme süreçlerini destekleyen çok boyutlu deneyim ortamları olarak değerlendirilmektedir (Bessière, 1998). Gastronomi festivallerinin, yerel ekonominin desteklenmesi, küçük ölçekli üreticilerin güçlendirilmesi ve destinasyonun rekabet gücünün artırılması açısından stratejik bir araç niteliği taşıdığı; gastronomik ürünlerin kültürel, sosyal ve ekonomik değerlerinin bütüncül bir yapı içerisinde deneyimlenmesine imkân sunduğu ifade edilmektedir (Kim, vd., 2014).

Gastronomi festivallerinin faydaları arasında festival ürünlerinin ihracatının artması, artan istihdam, gelişmiş altyapı tesisleri, gelişmiş bir varış noktası olmakla birlikte sektör imajı ve sezonunun uzatılması, toplumun katılımının artırılması ve yerel kimliğin güçlendirilmesidir. En önemli unsur olan sürdürülebilirlik ve sürekli gelişim için temel oluşturması beklenen en önemli faydalardandır. Bu yüzden, daha fazla turizm pazarlaması alanındaki kişiler yiyecek ve festivalleri düzenlemekte çünkü bu festivaller turizm gelişiminin ayrılmaz bir parçası olarak vurgulanmaktadır (İrigüler & Özdoğan, 2017).

Dünyanın farklı bölgelerinde düzenlenen gastronomi festivalleri, yerel mutfak kültürlerinin tanıtılması, gastronomik mirasın korunması ve turizm faaliyetlerinin desteklenmesi açısından önemli etkinlikler olarak değerlendirilmektedir. Bu festivaller, belirli bir destinasyona özgü yiyecek ve içeceklerin tanıtılmasını sağlarken aynı zamanda yerel üreticiler, şefler, gastronomi profesyonelleri ve ziyaretçiler arasında etkileşim ortamı oluşturmaktadır. Gastronomi festivalleri sayesinde yerel ürünlerin değer kazanması, geleneksel tariflerin sürdürülebilirliğinin sağlanması ve gastronomi kültürünün gelecek nesillere aktarılması mümkün olmaktadır.

Küresel ölçekte bakıldığında gastronomi festivalleri yalnızca yemek sunumlarının gerçekleştirildiği etkinlikler değil; aynı zamanda gastronomi yarışmaları, şef gösterileri, tadım etkinlikleri, atölye çalışmaları ve kültürel performansları da içeren çok yönlü organizasyonlar olarak karşımıza

çıkmaktadır. Bu yönüyle festivaller, ziyaretçilere destinasyonun gastronomik kimliğini deneyimleme fırsatı sunarken, aynı zamanda gastronomi turizminin gelişmesine katkı sağlamaktadır.

Gastronomi festivalleri yerel ve sürdürülebilir gıda üretimine dikkat çekerek çevre dostu tarım uygulamalarını teşvik etmektedir (Collins & Cooper, 2017). Bu nedenle gastronomi festivalleri kapsamında çevresel yönetim planları oluşturulurken, atık azaltma stratejileri uygulaması, geri dönüşümü teşvik etmesi ve karbon ayak izini azaltmaya yönelik sürdürülebilirlik önlemleri alması önem arz etmektedir.

Dünyada Düzenlenen Gastronomi Turizmi Açısından Önemli Gastronomi Festivalleri

Son yıllarda turizm sektöründe yaşanan dönüşüm, ziyaretçilerin yalnızca seyahat etmek değil aynı zamanda özgün deneyimler yaşamak istemeleriyle birlikte yeni turizm türlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu bağlamda gastronomi turizmi, destinasyonların yerel mutfak kültürünü deneyimlemek amacıyla gerçekleştirilen seyahatleri kapsayan önemli bir turizm türü olarak literatürde giderek daha fazla yer bulmaktadır (Hall & Sharples, 2003). Gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilen gastronomi festivalleri ise yerel mutfak kültürünün tanıtılması, gastronomik mirasın korunması ve destinasyonların turistik çekiciliğinin artırılması açısından önemli etkinlikler olarak görülmektedir (Getz, 2008).

Gastronomi festivalleri, yerel yiyecek ve içeceklerin tanıtıldığı, gastronomik deneyimlerin paylaşıldığı ve ziyaretçilere kültürel bir deneyim sunan etkinlikler olarak tanımlanmaktadır. Bu festivaller yalnızca yemek sunumlarının gerçekleştirildiği etkinlikler olmayıp aynı zamanda yemek yarışmaları, şef gösterileri, tadım etkinlikleri, gastronomi atölyeleri ve kültürel performansları içeren çok yönlü organizasyonlar olarak değerlendirilmektedir (Everett & Aitchison, 2008). Bu yönüyle gastronomi festivalleri, destinasyonların gastronomik kimliğini görünür kılarken aynı zamanda gastronomi turizminin gelişmesine katkı sağlayan önemli araçlar olarak kabul edilmektedir.

Uluslararası literatürde gastronomi festivalleri çoğunlukla destinasyon pazarlaması, turistik deneyim ve kültürel kimlik bağlamında ele alınmaktadır. Getz (2010), etkinlik turizmi kapsamında değerlendirilen gastronomi festivallerinin destinasyonların turistik çekiciliğini artıran önemli organizasyonlar olduğunu belirtmektedir. Bu festivaller, yerel mutfak kültürünün ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtılmasını sağlarken aynı zamanda turizm hareketliliğini artırarak destinasyon ekonomisine katkı sağlamaktadır. Ayrıca gastronomi temalı etkinliklerin yerel üreticiler, restoran işletmeleri ve turizm paydaşları için ekonomik fırsatlar yarattığı ifade edilmektedir.

Gastronomi festivallerinin ziyaretçi deneyimi üzerindeki etkileri de literatürde sıklıkla incelenmektedir. Kim, Eves ve Scarles (2009), gastronomik deneyimin turistlerin seyahat motivasyonları üzerinde önemli bir rol oynadığını belirtmektedir. Gastronomi festivalleri kapsamında sunulan yerel yiyecek ve içecek deneyimleri, ziyaretçilerin destinasyona yönelik algılarını ve memnuniyet düzeylerini etkileyebilmektedir. Benzer şekilde Lee ve Arcodia (2011), gastronomi festivallerinin ziyaretçilere sosyal, kültürel ve duysal deneyimler sunduğunu ve bu deneyimlerin ziyaretçilerin yeniden ziyaret etme niyetini artırabileceğini ifade etmektedir.

Gastronomi festivallerinin bir diğer önemli işlevi ise destinasyon markalaşmasına katkı sağlamasıdır. Richards (2015), gastronomik deneyimlerin destinasyonların rekabet avantajı elde etmesinde önemli bir unsur olduğunu belirtmektedir. Gastronomi festivalleri aracılığıyla destinasyonlar yerel mutfak kültürlerini uluslararası düzeyde tanıtılabilmekte ve gastronomik kimliklerini güçlendirebilmektedir. Bu bağlamda son yıllarda gastronomi festivallerinin sayısında ve çeşitliliğinde önemli bir artış gözlemlenmektedir. Özellikle Fransa'daki Lyon Gastronomi Festivali, İtalya'daki Alba Beyaz Trüf Festivali, İspanya'daki San Sebastián Gastronomika ve Singapur Food Festival gibi etkinlikler, gastronomi alanında uluslararası düzeyde ilgi gören organizasyonlar arasında yer almaktadır. Bu tür

festivaller, hem gastronomi profesyonellerinin bilgi ve deneyim paylaşımına olanak tanımakta hem de destinasyonların uluslararası gastronomi sahnesinde görünürlüğünü artırmaktadır.

Literatürde gastronomi festivallerinin yalnızca turistik çekicilik oluşturan etkinlikler olmadığı, aynı zamanda kültürel mirasın korunması ve yerel kimliğin sürdürülebilirliği açısından da önemli olduğu vurgulanmaktadır. Everett ve Aitchison (2008), gastronomi temalı etkinliklerin yerel kimlik ve kültürel mirasın korunmasına katkı sağladığını ifade etmektedir. Bu festivaller aracılığıyla geleneksel yemek kültürü, yerel üretim yöntemleri ve gastronomik bilgi birikimi gelecek nesillere aktarılabilir.

Bununla birlikte gastronomi festivallerinin sürdürülebilirliği de literatürde önemli bir tartışma konusu olarak ele alınmaktadır. Hall ve Sharples (2003), gastronomi turizmi kapsamında düzenlenen etkinliklerin çevresel sürdürülebilirlik, yerel katılım ve ekonomik fayda açısından dengeli şekilde planlanması gerektiğini belirtmektedir. Aksi halde festivallerin aşırı ticarileşmesi, yerel kimliğin zayıflaması ve destinasyonlarda aşırı turizm baskısı gibi sorunlar ortaya çıkabilmektedir.

Sonuç olarak uluslararası literatür gastronomi festivallerinin gastronomi turizminin gelişmesinde önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Bu festivaller destinasyonların gastronomik kimliğini güçlendirmekte, ziyaretçilere özgün gastronomik deneyimler sunmakta ve yerel ekonomiye katkı sağlamaktadır. Ancak gastronomi festivallerinin sürdürülebilirliği, paydaş katılımı ve kültürel özgünlüğün korunması gibi konuların daha fazla araştırılması gerektiği görülmektedir.

Dünya genelinde gastronomi festivallerinin büyük bir kısmının ilkbahar ve yaz aylarında yoğunlaştığı görülmektedir. Bunun temel nedeni uygun iklim koşulları, turizm sezonunun hareketlenmesi ve yerel ürünlerin hasat dönemleriyle ilişkilidir. Avrupa ve Kuzey Amerika’da festivaller genellikle gastronomi deneyimi ve destinasyon markalaşması amacıyla düzenlenirken; Afrika ve Asya’da düzenlenen bazı festivallerin daha çok kültürel ve geleneksel kutlama niteliği taşıdığı görülmektedir. Tablo 1’ de görüleceği gibi dünyada düzenlenen gastronomi festivalleri incelendiğinde etkinliklerin yılın farklı dönemlerine yayıldığı anlaşılmaktadır. Örneğin Hokitika Wildfoods Festival mart ayında düzenlenirken, Charleston Wine + Food Festival yine mart ayında gastronomi profesyonellerini ve ziyaretçileri bir araya getirmektedir. La Tomatina gibi bazı festivaller ise yaz döneminde gerçekleştirilerek turistik hareketliliği artırmaktadır. Bununla birlikte Aspen Food & Wine Classic ve St. Moritz Gourmet Festival gibi uluslararası gastronomi etkinlikleri şef gösterileri, tadım etkinlikleri ve gastronomi seminerleri ile gastronomi turizmi açısından önemli organizasyonlar arasında yer almaktadır.

Dünyada Düzenlenen Gastronomi Festivalleri

Gastronomi festivalleri, destinasyonların kültürel kimliğini yansıtan, yerel ürünlerin tanıtımını sağlayan ve turistik çekiciliği artıran önemli etkinlikler arasında yer almaktadır. Bu festivaller yalnızca yiyecek ve içecek deneyimi sunmakla kalmayıp aynı zamanda sosyal etkileşim, kültürel aktarım ve deneyim ekonomisi kapsamında ziyaretçilere çok boyutlu bir değer yaratmaktadır. Dünyanın farklı bölgelerinde düzenlenen gastronomi festivalleri; içerik, tema, ölçek ve organizasyon yapısı bakımından çeşitlilik göstermektedir. Aşağıdaki tabloda, uluslararası ölçekte öne çıkan gastronomi festivalleri temel özellikleri bakımından özetlenmiştir.

Tablo 1. Dünyada Düzenlenen Gastronomi Festivalleri

No	Festival Adı	Ülke/Şehir	Temel Tema	Süre/Zaman	Öne Çıkan Özellik
1	South Beach Wine & Food Festival	ABD / Miami	Şarap & Gastronomi	5 gün	Ünlü şefler, 80+ etkinlik
2	Montreal Table	Kanada / Montreal	Restoran Deneyimi	11 gün	Sabit fiyatlı menüler
3	Hokitika Food Festival	Yeni Zelanda	Yerel mutfak	6 gün	Geleneksel + gurme karışımı

4	Charleston Wine & Food Festival	ABD	Güney mutfağı	4 gün (Mart)	Yerel yemeklerin tanıtımı
5	The Taste	ABD / Los Angeles	Tadım festivali	6 gün	Restoran çeşitliliği
6	La Tomatina	İspanya / Buñol	Eğlence & domates	Ağustos	Domates savaşı
7	Maine Lobster Festival	ABD / Maine	Deniz ürünleri	6 gün	9 ton ıstakoz tüketimi
8	Sarlat Truffle Festival	Fransa	Trüf	Ocak	"Siyah altın" teması
9	Texas Hot Sauce Festival	ABD	Acı soslar	20+ yıl	Sos çeşitliliği
10	Erfoud Date Festival	Fas	Hurma	Hasat dönemi	Tarım & kültür
11	Aspen Food & Wine Festival	ABD	Lüks gastronomi	6 gün	Prestijli etkinlik
12	La Trace du Fromage	Fransa	Peynir & doğa	6 gün	Yürüyüş + gastronomi
13	White Truffle Festival	İtalya	Trüf	Ekim (1 ay)	Açık artırmalar
14	French Cuisine Festival	Fransa (global)	Fransız mutfağı	6 gün	Uluslararası yayılım
15	Mid-Autumn Festival	Çin	Geleneksel tatlı	Sonbahar	Mooncake ritüeli
16	St. Moritz Gourmet Festival	İsviçre	Fine dining	5 gün	Ünlü şefler
17	Gilroy Garlic Festival	ABD	Sarımsak	6 gün	Tematik yemekler
18	Lyon Bière Festival	Fransa	Bira	6 gün	Craft beer kültürü
19	Tunarama Festival	Avustralya	Deniz ürünleri	6 gün	Tuna fırlatma yarışması
20	Meat Fight	ABD	Et & BBQ	6 gün	Yardım amaçlı
21	Chinchilla Melon Festival	Avustralya	Meyve	6 gün	Eğlenceli yarışmalar
22	Texas Citrus Fiesta	ABD	Turunçgil	Hasat	Geçit törenleri
23	New Orleans Wine & Food	ABD	Gastronomi & müzik	6 gün	Çok paydaşlı etkinlik
24	Poteet Strawberry Festival	ABD	Çilek	Yıllık	100.000 ziyaretçi
25	Grape Throwing Festival	İspanya	Üzüm	6 gün	Eğlence odaklı
26	Oktoberfest	Almanya / Münih	Bira	16 gün	Dünyanın en büyüğü
27	New Yam Festival	Nijerya	Hasat	Yıllık	Ritüel & kültür
28	West African Food Festival	Gana	Bölgesel mutfak	6 gün	Çok uluslu katılım

29	Taste of Paris	Fransa / Paris	Gastronomi	6 gün	Şef & restoran buluşması
30	Bole Festival	Nijerya	Sokak yemeği	6 gün	Hızlı büyüyen etkinlik

Tablo incelendiğinde, gastronomi festivallerinin yalnızca gastronomik ürünlerin tanıtımına odaklanmadığı; aynı zamanda eğlence, kültürel ritüeller, yerel kimlik ve deneyim odaklı unsurları da kapsadığı görülmektedir. Özellikle ürün temelli festivallerin (örneğin trüf, ıstakoz, sarımsak) destinasyon markalaşmasına katkı sağladığı, deneyim odaklı festivallerin ise ziyaretçi etkileşimini artırarak duygusal bağ kurma sürecini güçlendirdiği söylenebilir. Bununla birlikte, hasat ve kültürel ritüel temelli festivallerin yerel mirasın korunması ve sürdürülebilir turizm açısından önemli bir rol üstlendiği anlaşılmaktadır. Bu çeşitlilik, gastronomi festivallerinin turizm literatüründe çok boyutlu bir araştırma alanı sunduğunu ve özellikle deneyim kalitesi, algılanan değer ve davranışsal niyet gibi değişkenlerle ilişkilendirilerek analiz edilebileceğini göstermektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma, dünyada düzenlenen gastronomi festivallerinin yapısal özelliklerini değerlendirmek amacıyla nitel araştırma desenlerinden doküman incelemesi (document analysis) ve stratejik analiz tekniklerinden SWOT analizi birlikte kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Araştırma Deseni Çalışmada betimleyici ve keşfedici bir yaklaşım benimsenmiştir. Gastronomi festivallerinin çok boyutlu yapısı (kültürel, ekonomik, turistik ve deneyimsel) dikkate alınarak, bu festivallerin mevcut durumlarını analiz etmek için SWOT analizi tercih edilmiştir. SWOT analizi; organizasyonların veya olguların güçlü yönlerini (Strengths), zayıf yönlerini (Weaknesses), fırsatlarını (Opportunities) ve tehditlerini (Threats) sistematik biçimde ortaya koymaya imkân sağlayan stratejik bir değerlendirme aracıdır.

Araştırmada veriler ikincil veri kaynaklarından elde edilmiştir. Bu kapsamda: Uluslararası akademik makaleler Turizm ve gastronomi alanındaki kitaplar Festival raporları ve resmi web siteleri Dijital platformlar ve sektör raporları incelenerek dünyada düzenlenen gastronomi festivallerine ilişkin veriler derlenmiştir. Araştırma kapsamında toplamda farklı kıtalardan seçilen ve gastronomi turizmi açısından öne çıkan festivaller (örneğin; ABD, Fransa, İtalya, İspanya, Çin, Nijerya vb.) analiz birimi olarak belirlenmiştir.

Elde edilen veriler iki aşamalı bir analiz sürecine tabi tutulmuştur:

Aşama 1: İçerik Analizi ve Kodlama Toplanan veriler öncelikle içerik analizi yöntemiyle incelenmiş ve festivallere ilişkin bilgiler aşağıdaki temalar altında kodlanmıştır: Coğrafi dağılım Festival türü ve teması Etkinlik içerikleri Paydaş yapısı Turizm ve ekonomik katkılar Bu kodlama süreci, gastronomi festivallerinin yapısal özelliklerini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Aşama 2: SWOT Analizi İçerik analizi sonucunda elde edilen bulgular, SWOT çerçevesine aktarılmıştır. Bu doğrultuda: Güçlü yönler (S): Gastronomik kimlik, destinasyon markalaşması, ekonomik katkı Zayıf yönler (W): Organizasyon eksiklikleri, mevsimsellik, altyapı sorunları Fırsatlar (O): Gastronomi turizmine artan ilgi, dijitalleşme, gastrodiplomasi Tehditler (T): Aşırı turizm, kültürel erozyon, yerel halkın dışlanması başlıkları altında sınıflandırma yapılmıştır. Bu analiz sürecinde, festivallerin yalnızca bireysel özellikleri değil, aynı zamanda küresel gastronomi turizmi bağlamındaki konumları da değerlendirilmiştir.

Araştırmada geçerlilik ve güvenilirliği artırmak amacıyla; Farklı veri kaynaklarından triangulation (veri çeşitliliği) sağlanmıştır Literatürde sık kullanılan kavramsal çerçeveler (Hall & Sharples, 2005.) temel alınmıştır SWOT kategorileri açık ve sistematik biçimde tanımlanmıştır Ayrıca analiz sürecinde elde edilen bulgular, literatürde yer alan çalışmalarla karşılaştırılarak yorumlanmıştır.

Bu çalışma, büyük ölçüde ikincil verilere dayanmaktadır. Bu nedenle: Tüm festivallere ilişkin güncel ve detaylı verilere ulaşılamamış olabilir SWOT analizi araştırmacı yorumunu içeren öznel bir değerlendirmedir içermektedir Festivallerin dinamik yapısı nedeniyle bulgular zaman içinde değişkenlik gösterebilir.

Araştırmanın Bulguları

Bu bölümde, dünyada düzenlenen gastronomi festivallerine ilişkin elde edilen bulgular, SWOT analizi çerçevesinde sistematik bir şekilde değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen içerik analizi sonucunda festivallerin güçlü ve zayıf yönleri ile karşı karşıya oldukları fırsatlar ve tehditler bütüncül bir perspektifle ele alınmıştır. Gastronomi festivallerinin çok paydaşlı ve çok boyutlu yapısı dikkate alındığında, bu etkinliklerin yalnızca turistik çekicilik oluşturan organizasyonlar olmadığı; aynı zamanda ekonomik, kültürel ve sosyal etkiler üreten stratejik araçlar olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda hazırlanan SWOT analizi, gastronomi festivallerinin mevcut durumunu ortaya koymakta ve sürdürülebilir yönetim süreçlerine yönelik önemli çıkarımlar sunmaktadır.

Tablo 2. Gastronomi Festivallerinin SWOT Yapısı

GÜÇLÜ YÖNLER (S)	ZAYIF YÖNLER (W)	FIRSATLAR (O)	TEHDİTLER (T)
Yerel mutfak kültürünün tanıtılması	Organizasyonel yetersizlikler	Gastronomi turizmine artan küresel ilgi	Aşırı turizm (overtourism)
Destinasyon markalaşmasına katkı	Mevsimsellik sorunu	Dijitalleşme ve sosyal medya	Kültürel özgünlüğün kaybolması
Turistik çekiciliğin artması	Altyapı eksiklikleri	Yerel ürünlerin küresel tanıtımı	Yerel halkın dışlanması
Yerel ekonomiye katkı	Ticarileşme riski	Gastrodiplomasi	Çevresel sürdürülebilirlik sorunları
Kültürel mirasın korunması	Sürdürülebilirlik eksikliği	Uluslararası iş birlikleri	Ekonomik dalgalanmalar
Sosyal ve kültürel etkileşim	Paydaş koordinasyon eksikliği		

Araştırma kapsamında elde edilen bulgular, gastronomi festivallerinin çok boyutlu bir yapı sergilediğini göstermektedir. SWOT analizi sonuçlarına göre festivaller, özellikle destinasyon markalaşması, yerel ekonomi ve kültürel mirasın korunması açısından önemli güçlü yönlerle sahiptir. Gastronomi festivallerinin en belirgin güçlü yönlerinden biri, yerel mutfak kültürünü görünür kılması ve bu sayede destinasyonların gastronomik kimliğini ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtmasıdır. Bu durum, özellikle gastronomi turizminin gelişimi açısından kritik bir rol oynamaktadır. Aynı zamanda festivallerin yerel üreticiler, restoranlar ve turizm işletmeleri için ekonomik fırsatlar yarattığı görülmektedir. Bununla birlikte, festivallerin zayıf yönleri incelendiğinde, özellikle organizasyonel eksiklikler ve altyapı sorunlarının öne çıktığı görülmektedir. Bu durum, festivallerin sürdürülebilirliğini doğrudan etkileyen önemli bir faktör olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca festivallerin çoğunlukla belirli dönemlerde düzenlenmesi, turizm faaliyetlerinin yıl geneline yayılmasını sınırlandıran bir unsur olarak dikkat çekmektedir. Fırsatlar açısından değerlendirildiğinde, küresel ölçekte gastronomi turizmine olan ilginin artması festivaller için önemli bir gelişim alanı sunmaktadır. Özellikle sosyal medya ve dijital platformlar aracılığıyla gastronomik deneyimlerin görünürlüğünün artması, festivallerin uluslararası düzeyde tanıtımını kolaylaştırmaktadır. Bu durum, gastronomi festivallerinin yalnızca yerel değil, aynı zamanda küresel turizm ürünleri haline gelmesine katkı sağlamaktadır. Ancak tehditler incelendiğinde, aşırı turizm ve kültürel özgünlüğün kaybolması en önemli riskler arasında yer almaktadır. Özellikle popüler festivallerde ziyaretçi yoğunluğunun artması, destinasyonların taşıma kapasitesini zorlamakta ve çevresel sürdürülebilirlik açısından sorunlara yol açabilmektedir. Ayrıca ticari kaygıların artması, gastronomi festivallerinin özgün yapısının bozulmasına neden olabilmektedir.

Elde edilen bulgular, gastronomi festivallerinin yalnızca bir turizm etkinliği değil, aynı zamanda çok aktörlü ve çok katmanlı bir deneyim platformu olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda festivaller, ekonomik, kültürel ve sosyal boyutları aynı anda etkileyen hibrit yapılar olarak değerlendirilebilir.

SWOT analizi, gastronomi festivallerinin güçlü yönlerinin büyük ölçüde kültürel ve deneyimsel değer üretimi ile ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Buna karşılık zayıf yönlerin daha çok yönetimsel ve yapısal eksikliklerden kaynaklandığı görülmektedir. Bu durum, festivallerin başarısının yalnızca içerik kalitesine değil, aynı zamanda organizasyonel kapasiteye de bağlı olduğunu göstermektedir. Fırsatlar ve tehditler birlikte değerlendirildiğinde ise gastronomi festivallerinin bir “çift yönlü dinamik” içerisinde olduğu söylenebilir. Bir tarafta dijitalleşme ve küresel ilgi sayesinde büyüme potansiyeli bulunurken, diğer tarafta aşırı turizm ve kültürel erozyon gibi riskler ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda sürdürülebilirlik yaklaşımı, gastronomi festivallerinin geleceği açısından kritik bir unsur olarak öne çıkmaktadır.

Bu araştırma, dünyada düzenlenen gastronomi festivallerinin SWOT analizi aracılığıyla kapsamlı bir değerlendirmesini sunmaktadır. Elde edilen bulgular, gastronomi festivallerinin destinasyonların turistik çekiciliğini artıran, yerel ekonomiyi destekleyen ve kültürel mirasın korunmasına katkı sağlayan önemli organizasyonlar olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, festivallerin sürdürülebilirliği açısından bazı yapısal sorunların çözülmesi gerekmektedir. Özellikle organizasyonel kapasitenin artırılması, altyapı yatırımlarının güçlendirilmesi ve paydaşlar arasında etkin bir koordinasyon sağlanması önem arz etmektedir. Araştırma sonuçlarına dayanarak aşağıdaki öneriler geliştirilebilir:

Teorik Öneriler:

- Gastronomi festivallerinin deneyim ekonomisi ve kültürel performans teorileri çerçevesinde daha fazla incelenmesi
- SWOT analizinin nicel yöntemlerle desteklenmesi
- Farklı ülkelerdeki festivallerin karşılaştırmalı analizlerinin yapılması

Uygulayıcılar İçin Öneriler:

- Festival planlamasında sürdürülebilirlik ve taşıma kapasitesi dikkate alınmalıdır
- Yerel halkın katılımı artırılarak sosyal aidiyet güçlendirilmelidir
- Dijital pazarlama stratejileri etkin şekilde kullanılmalıdır
- Gastronomik özgünlük korunarak ticarileşme dengelenmelidir

Politika Yapıcılar İçin Öneriler:

- Gastronomi festivalleri destinasyon stratejilerine entegre edilmelidir
- Yerel üreticilere yönelik teşvik mekanizmaları geliştirilmelidir
- Uluslararası iş birlikleri desteklenmelidir

Sonuç

Dünyada düzenlenen gastronomi festivalleri gastronomi turizminin gelişiminde önemli bir rol oynamaktadır. Bu festivaller destinasyonların gastronomik kimliğini güçlendirmekte, ziyaretçilere özgün deneyimler sunmakta ve yerel ekonomiye katkı sağlamaktadır. Ancak festivallerin uzun vadeli başarı sağlayabilmesi için sürdürülebilirlik, paydaş katılımı, yerel kimliğin korunması ve profesyonel organizasyon yönetimi gibi unsurların dikkate alınması gerekmektedir. Gastronomi festivalleri, bölgesel ve yerel mutfak kültürünü ön plana çıkaran; yemek ve boş zaman etkinliklerini temel faaliyetler ve programların merkezine yerleştiren organizasyonlardır. Bu nedenle bu festivallerin düzenlendiği bölgenin temel alınarak bölgeyi ve yerel halkı anlayabilmek ve sunulan ürün ve hizmetleri ziyaretçilerin taleplerine uygun şekilde düzenleyebilmek büyük önem taşımaktadır. Yerel mutfak kültürü değişkeninin ziyaretçi memnuniyeti ve sadakati üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmasının yanı sıra, gastronomi festivallerini kapsayan diğer değişkenlerinde memnuniyet ve sadakatini doğrudan etkilediğini göstermektedir.

Çalışma kapsamında dünyada düzenlenen gastronomi festivalleri incelenmiştir. Elde edilen bulgular, gastronomi festivallerinin başlangıçta yerel ürünlerin ve bölgesel mutfak kültürünün tanıtılmasına yönelik küçük ölçekli etkinlikler olarak ortaya çıktığını; zamanla turizm, kültür ve ekonomi ile güçlü bir etkileşim içerisine girerek uluslararası ölçekte önemli organizasyonlara dönüştüğünü göstermektedir. Özellikle son yıllarda gastronomi turizmine yönelik artan ilgi, destinasyonların gastronomik kimliklerini ön plana çıkarma çabaları ve sosyal medya aracılığıyla gastronomik deneyimlerin daha görünür hale gelmesi, gastronomi festivallerinin sayısının ve çeşitliliğinin artmasına katkı sağlamaktadır.

Bu araştırmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Öncelikle çalışma, dünyada düzenlenen gastronomi festivallerine odaklanılmış olup veriler büyük ölçüde literatür taraması ve ikincil kaynaklara dayanmaktadır. Bu nedenle çalışmada yer verilen festivaller, erişilebilen akademik çalışmalar, raporlar ve dijital kaynaklarla sınırlıdır. Literatürde yer almayan veya yeterli bilgiye ulaşılamayan bazı gastronomi festivalleri araştırma kapsamına dahil edilememiştir. Bununla birlikte gastronomi festivalleri dinamik yapıya sahip organizasyonlar olduğundan, her yıl yeni festivaller düzenlenebilmekte veya mevcut festivallerin içerik ve kapsamı değişebilmektedir.

Sonuç olarak gastronomi festivalleri, gastronomi turizminin gelişimini destekleyen ve destinasyonların rekabet gücünü artıran önemli etkinlikler olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle gastronomi festivallerinin planlanması ve yönetilmesi sürecinde yerel kültürün korunması, sürdürülebilir turizm ilkelerinin benimsenmesi ve paydaşlar arasında iş birliğinin güçlendirilmesi büyük önem taşımaktadır. Gelecekte yapılacak araştırmaların farklı coğrafyalarda düzenlenen gastronomi festivallerini karşılaştırmalı olarak ele alması ve festivallerin ekonomik, sosyal ve kültürel etkilerini daha kapsamlı biçimde incelemesi literatüre önemli katkılar sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Akhundova, A. (2024). Role of festivals in stimulating the development of event tourism, *Theoretical And Practical Research In Economic Fields*, (15/2), 277-287. [https://doi.org/10.14505/tpref.v15.2\(30\).11](https://doi.org/10.14505/tpref.v15.2(30).11).
- Atak, O. (2009). Türk Turizminin Tanıtımında Festivallerin Yeri ve Önemi: Antalya Örneği (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Bessière, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21–34. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00061>
- Büyükşalvarcı, A., & Akkaya, A. (2018). Etkinlik Turizmi Olarak Gastronomi Festivallerinin Değerlendirilmesi. *The Journal of Academic Social Science*, 67(6), 452-467 <http://dx.doi.org/10.16992/ASOS.13524>
- Collins, A., & Cooper, C. (2017). Measuring And Managing The Environmental Impacts Of Festivals. *Event Management*, 21(2), 203–217. <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2016.1189922>
- Çavuş, A., & Gürgah, A. (2022). Etkinlik Turizmi Kapsamındaki Festivallerin Yerel Halk Üzerindeki Olumsuz Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Uluslararası Silifke Müzik Ve Folklor Festivali Örneği. *Journal of Silk Road Tourism Research*, 2(1), 12-23. <https://izlik.org/JA33FH78GT>
- Derrett, R. (2003). Festivals And Regional Destinations: How Festivals Demonstrate A Sense Of Community And Place. *Rural Society*, 13(1), 35–53. <https://doi.org/10.5172/rsj.351.13.1.35>
- Dredge, D., & Whitford, M. (2011). Event tourism governance and the public sector. *Tourism Management*, 32(6), 1222–1233. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.11.002>
- Durkheim, E. (1957). *The Elementary Forms Of Religious Life*. (J. W. Swain, Trans.). George Allen & Unwin Ltd (Original work published 1915).
- Everett, S., & Aitchison, C. (2008). The role of food tourism in sustaining regional identity: A case study of Cornwall, South West England. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 150–167. <https://doi.org/10.2167/jost696.0>
- Falassi, A. (1987). Festival: Definition and morphology. In Falassi, A. (Ed.), *Time out of time: Essays on the festival*. Albuquerque, NM, University of New Mexico Press
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403–428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Getz, D. (2010). Developing a framework and priorities for comparative and cross-cultural research. *International Journal of Event and Festival Management*, 1(1), 29–59. <https://doi.org/10.1108/17852951011029298>
- Getz, D., & Page, S. (2016). *Event Studies: Theory, Research And Policy For Planned Events*. Routledge.
- Hall, C. M., & Mitchell, R. (2005). Gastronomic Tourism: Comparing Food And Wine Tourism Experiences. *Food Tourism Around The World* (pp. 73–88). Routledge <https://doi.org/10.4324/9780080492926>
- Hall, C.M., Sharples, E., Mitchell, R., Cambourne, B., & Macionis, N. (eds.) (2003), *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*, Butterworth-Heinemann, Oxford.

Hall, C.M. & Sharples, L. (ed) 2008, Food and Wine Festivals and Events Around the World: Development, Management and Markets, Butterworth Heinemann, Oxford.

İrigüler, F., & Özdoğan, O. (2017). Gastronomi festivallerinin turizm pazarlamasındaki rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 18–31.

İrigüler, F., & Özdoğan, O. N. (2017). Food Festivals As A Gastronomic Event And Attendees Motivations: The Case Of İnternational Urla Artichoke Festival, İzmir. 3rd International Gastronomic Tourism Congress, (ss. 85-99), İzmir.

Kim, Y. G., Eves, A., & Scarles, C. (2009). Building A Model Of Local Food Consumption On Trips And Holidays: A Grounded Theory Approach. *International Journal Of Hospitality Management*, 28(3), 423–431. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2008.11.005>

Kim, S., Duncan, J., & Chung, B. (2014). Involvement, Satisfaction, Perceived Value, And Revisit İntention: A Case Of A Food Festival. *Journal Of Culinary Science & Technology*, 13(2), 133–158. <https://doi.org/10.1080/15428052.2014.952482>

Kivela, J., & Crofts, J. (2006). Tourism And Gastronomy: Gastronomy's Influence On How Tourists Experience A Destination. *Journal Of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354–377. <https://doi.org/10.1177/1096348006286797>

Laing, J., & Frost, W. (2010). How Green Was My Festival? Exploring Challenges And Opportunities Associated With Staging Green Events. *International Journal Of Hospitality Management*, 29(2), 261–267. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.10.009>

Lee, I., & Arcodia, C. (2011). The Role Of Regional Food Festivals For Destination Branding. *International Journal Of Tourism Research*, 13(4), 355–367. <https://doi.org/10.1002/jtr.852>

Long, L. M. (2004). A Folkloristic Perspective on Eating and Otherness, Culinary Tourism. (pp,21-50).Lexington: University of Kentucky Press.

Özdemir, G., & Dülger Altın, D. (2019). Gastronomi Kavramları Ve Gastronomi Turizmi Üzerine Bir İnceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1-14. <https://izlik.org/IA86HZ58LP>

Richards, G. (2015). Evolving Gastronomic Experiences: From Food To Foodies To Foodscapes. *Journal Of Gastronomy And Tourism*, 1(1), 5–17. <https://doi.org/10.3727/216929715X14298190828796>

Sandybayev, A. (2018). The impact of street and food festivals in gastronomic tourism through visitors' emotions and satisfaction. *Tourism Management Perspectives*, 22, 113–121.doi:[10.20431/2455-0043.0401004](https://doi.org/10.20431/2455-0043.0401004)

Scarpato, R. (2002): Gastronomy as a Tourist Product: The Perspective of Gastronomy Studies. en *Tourism and gastronomy* (ss.51-70). (Hjalaguer, A. y Richards, G. eds.), London. Routledge.

Solunoglu, A., & Orgun, E. (2024). Gastronomy festivals in the development of event tourism and the current situation in Turkey, *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 16(4), 464–473. <https://doi.org/10.1108/WHATT-06-2024-0136>

Surenkök, F., Baggio, R., & Antonioli, M. (2010). Gastronomy and Tourism in Turkey: The Role of ICTs, *Information and Communication Technologies in Tourism 2010*, 65(3), 567–578. [10.1007/978-3-211-99407-8_47](https://doi.org/10.1007/978-3-211-99407-8_47)