



T.C.

NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI

YÖRESEL YİYECEK VE İÇECEKLERİN GASTRONOMİ TURİZMİNE

ETKİLERİ: NİĞDE İLİ ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

Mevlüt ÖLMEZ

Danışman

Doç. Dr. İbrahim İLHAN

Nevşehir

Eylül, 2021

YÖRESEL YİYECEK VE İÇECEKLERİN GASTRONOMİ TURİZMİNE ETKİLERİ: NİĞDE İLİ ÖRNEĞİ

Mevlüt ÖLMEZ

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans, 2021
Danışman: Doç. Dr. İbrahim İLHAN

ÖZET

Bu araştırmanın amacı yöresel yiyecek ve içeceklerin Niğde gastronomi turizmine etkilerini belirlemek, bu lezzetlerin önemini ortaya çıkarmak ve unutulmasını önlemektir. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden yüz yüze görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini; Niğde merkezde yer alan restoran ve lokanta işletmelerinin sahibi ve personelinden oluşan 20 kişi, turizm işletme belgeli ve belediye belgeli otel işletme sahibi ve personelinden oluşan 8 kişi, A grubu turizm ve seyahat acentesi işletme sahibi ve personelinden oluşan 10 kişi, Turizmci Derneği başkanı ve Niğde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü müdür ve müdür yardımcısı oluşturmaktadır. Ayrıca araştırmada, Niğde Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü Aşçılık Programı hocaları ile Niğde Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü'nün paydaş görüşlerine de yer verilmiştir. Araştırma sonucunda toplamda reçetesi hazırlanmış olan 35 adet Niğde yöresel yemekleri tespit edilmiştir. Daha sonra bu yöresel yemekler mutfakta uygulanmış ve fotoğraflanmıştır. Reçetelerin yörenin gastronomi turizmine yapmış olduğu katkılara ilişkin elde edilen bulgulara göre menülerde en çok tercih edilen yemeklerin “Niğde Tava” ve “Bor Söğürme” yemeği olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda ulaşılan tüm veriler incelendiğinde, Niğde'nin gastronomi turizm potansiyelinin yüksek olduğu fakat bu durumun yeterince ön plana çıkarılmadığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla bu durumun yapılacak inceleme ve girişimlerle giderilebileceği öngörülmektedir. Araştırmada, Niğde gastronomi turizminin geliştirilebilmesi için; bölgede yöresel mutfak çalışmalarına yönelik tanıtım ve reklamlarının artırılması, yöreye ait yiyecek içeceklerin tanıtımı amacıyla çeşitli gastronomi festivalleri ile etkinliklerinin düzenlenmesi ve Niğde mutfağına ait coğrafi işaretli ve tescilli ürünlerin artırılması önerilerinde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yöresel Yiyecek ve İçecek, Yöresel Mutfak, Gastronomi, Gastronomi Turizmi, Niğde Mutfağı.

**YÖRESEL YİYECEK VE İÇECEKLERİN GASTRONOMİ TURİZMİNE
ETKİLERİ: NİĞDE İLİ ÖRNEĞİ**

Mevlüt ÖLMEZ

**Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Institute of Social Sciences Gastronomy
and Culinary Arts Department, Master Thesis, 2021**

Supervisor: Assoc. Dr. İbrahim İLHAN

ABSTRACT

This research aims to determine the effects of local foods and beverages on Niğde gastronomy tourism, to reveal the importance of these flavors, and find ways to prevent them from being forgotten. The face-to-face interview technique, one of the qualitative research methods, was used as a data collection method in the research. The universe of the research; 20 people consisting of the owners and staff of restaurants businesses located in the center of Niğde, 8 people consisting of hotel business owners and staff with tourism operation certificate and municipality certificate, 10 people consisting of A group tourism and travel agency business owners and staff, the president of the Tourism Association and Niğde Province The Directorate of Culture and Tourism consists of the director and the deputy director. In addition, the stakeholder views of Niğde Social Sciences Vocational School Hotel Restaurant and Catering Services Department Cookery Program teachers and Niğde Municipality Culture and Social Affairs Directorate were included in the research. As a result of the research, a total of 35 Niğde local foods and beverages were determined. Later, these local dishes were applied in the kitchen and photographed. According to the findings obtained regarding the contribution of the recipes to the gastronomic tour of the region, it has been determined that the most preferred dishes in the menus are "Niğde Tava" and "Bor Söğürme". When all the data obtained as a result of the research are examined, it has been determined that the gastronomy tourism potential of Niğde is high, but this situation cannot be brought to the fore. Therefore, it is foreseen that this situation can be resolved with investigations and initiatives. In the research, to develop Niğde gastronomic tourism; Suggestions were made to increase the promotional advertisements for regional cuisine studies in the region, to organize various gastronomy festivals and events to promote local food and beverages, and to increase the geographically marked and registered products of Niğde cuisine.

Keywords: Local Food and Beverage, Local Cuisine, Gastronomy, Gastronomy Tourism, Niğde Cuisine.

TEŞEKKÜR

Tez alıőmamda değerli grüş ve nerilerini benimle paylaőan, bilgi ve tecrübesi ile yol gösteren tez danıőmanım Sayın Do. Dr. İbrahim İlhan hocama; desteğini hiçbir zaman esirgemeyen çok kıymetli Sayın Prof. Dr. Nilüfer Şahin Perçin hocama; çalıőmam üzerinde emeği olan saymakla bitiremeyeceğim bana inanan ve güvenen tüm hocalarıma ve Őeflerime; görüşme taleplerimi kabul eden ve bana zaman ayıran tüm işletme yöneticilerine ve çalıőanlarına; çalıőmam boyunca ilgi ve desteğini esirgemeyen ve her zaman yanımda olan sevgili eőim Sibel lmez'e; bugünlere gelmemdeki en büyük Őansım ve hayatımdaki her aşamada beni sonsuz destekleyen ve bana g veren canım aileme sonsuz teşekkür ederim.

Niğde, 2021

Mevlüt ÖLMEZ

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT	ii
TEŞEKKÜR	iii
İÇİNDEKİLER	iv
TABLolar LİSTESİ.....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xi
KISALTMALAR VE SİMGELER	xiii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

GASTRONOMİ VE TURİZM

1.1. Gastronomi Kavramı ve Kapsamı	3
1.1.1. Gastronominin Tarihsel Süreci	7
1.1.2. Gastronomi ile İlgili Kavramlar	9
1.1.3. Kültürel Unsur Olarak Gastronomi	11
1.1.4. Gastronominin Diğer Bilimlerle İlişkisi.....	13
1.1.5. Gastronomi ve Turizm İlişkisi.....	14
1.2. Gastronomi Turizmi Kavramı ve Kapsamı	15
1.2.1. Gastronomi Turizminin Amaç ve İşlevleri.....	17
1.2.2. Gastronomi Turizminin Avantajları ve Katkıları	20
1.2.3. Gastro Turist.....	22
1.2.4. Gastronomi Turizmin Özellikleri	23
1.2.5. Gastronomi Turizminin Uluslararası Boyuttaki Yeri ve Önemi	24
1.2.6. Gastronomi Turizminin Ulusal Boyuttaki Yeri ve Önemi	26

İKİNCİ BÖLÜM

YÖRESEL YİYECEK İÇECEKLER VE NİĞDE MUTFAK KÜLTÜRÜ

2.1. Yöresel Yiyecek ve İçecekler.....	29
2.1.1. Yöresel Mutfak ve Yöresel Yemek Kavramı	30
2.1.2. Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Turizmdeki Yeri ve Önemi	32
2.1.3. Yöresel Yiyecek ile Gastronomi Turizmi İlişkisi.....	34
2.1.4. Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Gastronomi Turizmine Etkileri	35
2.2. Niğde Mutfak Kültürü.....	36
2.2.1. Niğde Tarihi ve Beşerî Özellikleri	38
2.2.2. Niğde Mutfağının Yöresel Yiyecek ve İçecekleri.....	40
2.2.3. Niğde Mutfağında Kışa Hazırlık	45
2.2.4. Niğde Mutfağında Kullanılan Araç ve Gereçler	47
2.2.5. Niğde Yemekleri Reçeteleri	50
2.2.5.1. Çorbalar	51
2.2.5.2. Hamur İşleri	55
2.2.5.3. Et Yemekleri	59
2.2.5.4. Sebze Yemekleri	72
2.2.5.5. Tatlılar.....	77

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖRESEL YİYECEK VE İÇECEKLERİN GASTRONOMİ TURİZMİNE ETKİLERİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: NİĞDE İLİ ÖRNEĞİ

3.1. Araştırmanın Amacı	86
3.2. Araştırmanın Önemi.....	86
3.3. Araştırmanın Yöntemi.....	86
3.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	87

3.5. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı.....	88
3.6. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları	90
3.7. Araştırma Verilerinin Analizi	91
3.8. Araştırma Sonucunda Elde Edilen Bulgular	92
3.8.1. Görüşme Yapılan Kişilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	93
3.8.2. Niğde Yöresel Yemeklerinin Katılımcılar Tarafından Bilinme Durumu ve Niğde'ye Özgü Unutulmaya Yüz Tutmuş Yöresel Yiyecek ve İçeceklere İlişkin Bulgular	95
3.8.3. Yöresel Yiyecek ve İçeceklere Verilen Öneme Yönelik Bulgular ve Bu Yemeklerin Menülerde Yer Verilme Durumuna İlişkin Bulgular	98
3.8.4. Niğde'nin Gastronomik Lezzetlerinden Turistlik Açısından Ön Plana Çıkarılması Gerekenler ve Bu Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Gastronomi Turizmi Kapsamında İşletmelerin Menülerine Dahil Edilmesi Durumuna İlişkin Bulgular	100
3.8.5. Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Gastronomi Turizmine Katkılarına İlişkin Bulgular	104
3.8.6. Niğde'nin Gastronomi Turizmi Açısından Eksik Yönleri ve Gastronomi Turizmi Kapsamında Yapılması Gerekenlere İlişkin Bulgular	106
3.8.7. İşletmelerin Müşteri Potansiyeli Dağılımına İlişkin Bulgular	110
3.8.8. İşletmelerin Menülerinde Niğde'ye Özgü Yiyecek ve İçeceklerin Yer Verilme Durumu ve En Çok Tercih Edilen Yemeklere İlişkin Bulgular	111
3.8.9. Yöresel Yemeklerin Menülerde Yer Verilmemesine İlişkin Bulgular.....	114
3.8.10. Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin İşletmelerin Tercih Edilmesindeki Rolüne İlişkin Bulgular	117
3.8.11. Yöresel Yiyecek ve İçecekleri Tüketen Müşterilerin Tekrardan İşletmeye Gelme Durumu ve Geri Dönütlerine İlişkin Bulgular	118
3.8.12. Alanında Uzman Kişilerin Paydaş Görüşleri	120
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	123

KAYNAKÇA	127
EKLER	138
Ek 1. Görüşme Formu	138
Ek 2. Niğde Şivesi ile Mutfak Terimleri	140
ÖZ GEÇMİŞ	142



TABLULAR LİSTESİ

Tablo 2.1. Oğma Çorbası	51
Tablo 2.2. Mangır Çorbası	52
Tablo 2.3. Niğde Tarhana Çorbası	53
Tablo 2.4. Kuskus Çorbası	54
Tablo 2.5. Niğde Tahinlisi.....	55
Tablo 2.6. Cevizli Erişte.....	56
Tablo 2.7. Papara.....	57
Tablo 2.8. Ayva Boranası.....	58
Tablo 2.9. Bossulu.....	59
Tablo 2.10. Niğde Tava.....	60
Tablo 2.11. Bor Söğürme	61
Tablo 2.12. Ayva Boranası.....	62
Tablo 2.13. Üzüm Boranası.....	63
Tablo 2.14. Orta Dolması	64
Tablo 2.15. Ciğerli Bulgur Pilavı	65
Tablo 2.16. Sac Kapamada Etli Pilavı.....	66
Tablo 2.17. Tirit.....	67
Tablo 2.18. Bulgurlu Cızbız Köfte	68
Tablo 2.19. Paça Yemeği	69
Tablo 2.20. Niğde Kelle Söğüş	70
Tablo 2.21. Mazaklı Köftesi.....	71
Tablo 2.22. Yaprak Ditmesi	72
Tablo 2.23. Erikli Bamyası	73
Tablo 2.24. Soğanlama.....	74
Tablo 2.25. Erikli Bamyası	75

Tablo 2.26. Erikli Bamyası	76
Tablo 2.27. Patates Tatlısı	77
Tablo 2.28. Köfter Kavurması.....	78
Tablo 2.29. Paluza	79
Tablo 2.30. Halveter	80
Tablo 2.31. Cevizli Misket Elma Dolması	81
Tablo 2.32. Sarıĝı Burma (Tırtıl Baklavası).....	82
Tablo 2.33. Pekmezli Kaygana.....	83
Tablo 2.34. Çamardı Halka Tatlısı	84
Tablo 2.35. Ayva Boranası.....	85
Tablo 3.1. Görüşme Yapılan Kişilerin Demografik Özellikleri	94
Tablo 3.2. Katılımcıların Niğde Yöresel Yemeklerinin Katılımcılar Tarafından Bilinme Durumu ve Niğde'ye Özgü Unutulmaya Yüz Tutmuş Yöresel Yiyecek ve İçeceklerine İlişkin Görüşleri.....	96
Tablo 3.3. Katılımcıların Yöresel Yiyecek ve İçeceklere Verilen Öneme Yönelik Görüşleri ve Bu Yemeklerin Menülerde Yer Verilme Durumuna İlişkin Görüşleri .	98
Tablo 3.4. Katılımcıların Niğde'nin Gastronomik Lezzetlerinden Turistlik Açından Ön Plana Çıkartılması Gerekenler ve Bu Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Gastronomi Turizmi Kapsamında İşletmelerin Menülerine Dahil Edilecek Yemeklere İlişkin Görüşleri.....	101
Tablo 3.5. Katılımcıların Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Gastronomi Turizmi Potansiyeline Katkıları Hakkındaki Görüşleri	105
Tablo 3.6. Katılımcıların Niğde'nin Gastronomi Turizmi Açısından Eksik Yönleri Hakkındaki Görüşleri ve Gastronomi Turizmi Kapsamında Yapılması Gerekenler Hakkındaki Görüşleri.....	107
Tablo 3.7. İşletmelerin Müşteri Potansiyeli Dağılımı	110

Tablo 3.8. Katılımcıların İşletme Menülerinde Niğde'ye Özgü Yiyecek ve İçeceklerin Yer Verilme Durumu ve En Çok Tercih Edilen Yemeklere Hakkındaki Görüşleri.....	112
Tablo 3.9. Katılımcıların Yöresel Yemekleri Menülerde Yer Vermeme Nedenlerine İlişkin Görüşleri	115
Tablo 3.10. Niğde Yöresel Yiyecek ve İçeceklerinin İşletmelerin Tercih Edilmesindeki Rolü.....	117
Tablo 3.11. Katılımcıların Yöresel Yiyecek ve İçecekleri Tüketen Müşterilerin Tekrardan İşletmeye Gelme Durumu ve Geri Dönütlerine İlişkin Görüşleri	118



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Hakırdak	46
Şekil 2. Köfter.....	46
Şekil 3. Niğde Tarhanası.....	47
Şekil 4. Niğde Mavi Peynir.....	47
Şekil 5. Beyaz Kiraz Reçeli	47
Şekil 6. Taş Kabak Reçeli.....	47
Şekil 7. Niğde Mutfağı Genel Görünüm.....	50
Şekil 8. Oğma Çorbası	51
Şekil 9. Mangır Çorbası	52
Şekil 10. Niğde Tarhana Çorbası.....	53
Şekil 11. Kuskus Çorbası.....	54
Şekil 12. Niğde Tahinlisi, Fertek Çöreği ve Halkası	55
Şekil 13. Cevizli Erişte	56
Şekil 14. Papara	57
Şekil 15. Ciğerli Dürüm.....	58
Şekil 16. Bossulu	59
Şekil 17. Niğde Tava.....	60
Şekil 18. Bor Söğürme Hazırlık.....	61
Şekil 19. Bor Söğürme.....	61
Şekil 20. Ayva Boranası	62
Şekil 21. Üzüm Boranası	63
Şekil 22. Orta Dolması.....	64
Şekil 23. Ciğerli Bulgurlu Pilavı.....	65
Şekil 24. Sac Kapamada Etli Pilav	66
Şekil 25. Tirit	67

Şekil 26. Bulgurlu Cızbız Köfte.....	68
Şekil 27. Paça Yemeği	69
Şekil 28. Niğde Kelle Söğüş	70
Şekil 29. Mazaklı Köftesi	71
Şekil 30. Yaprak Ditmesi	72
Şekil 31. Erikli Bamya.....	73
Şekil 32. Soğanlama	74
Şekil 33. Etli Lahana Sarması.....	75
Şekil 34. Kuru Erikli Pırasa	76
Şekil 35. Patates Tatlısı.....	77
Şekil 36. Köfter Kavurması	78
Şekil 37. Paluza.....	79
Şekil 38. Halveter.....	80
Şekil 39. Cevizli Misket Elma Dolması.....	81
Şekil 40. Sarıĝı Burma (Tırtıl Baklavası)	82
Şekil 41. Pekmezli Kaygana	83
Şekil 42. Çamardı Halka ve Niğde Kıvrım Tatlısı.....	84
Şekil 43. Kuru Zerdali Dolması.....	85

KISALTMALAR VE SİMGELER

MÖ	: Milattan Önce
MS	: Milattan Sonra
TDK	: Türk Dil Kurumu
TÜRSAB	: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
UNESCO	: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
UNWTO	: Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü



GİRİŞ

Ülkeleri, bölgeleri ve destinasyonları diğerlerinden farklı kılan ve rekabet avantajı sağlayabilen etken, gastronomi ürünlerinin varlığı ve çeşitliliğidir. Fakat gastronomi ürünlerinin varlığı ve çeşitliliği bölgeyi turistler tarafından tercih edilen bir yer yapmak için yeterli değildir. Gastronomi turizminin gelişim göstermesi için aynı zamanda bölgedeki tüm paydaşların ve bölge gastronomi imajının belirlenen hedeflere ulaşmada destekleyici unsurlar olması gerekmektedir. Bu sebeple Niğde’de bulunan ve iç piyasayı bilen paydaşlar arasında yer alan yiyecek içecek işletmelerine, otellere ve seyahat acentelerine büyük bir rol düşmektedir. Ancak literatür tarandığında Niğde yöresel lezzetlerinin tespit edilmesi ve bu lezzetlerin gastronomi turizmine etkilerine yönelik çalışmaların çok az olduğu görülmüştür. Bununla birlikte çalışmanın temel amacı; yöresel yiyecek ve içeceklerin Niğde gastronomi turizmine olan etkilerini belirlemek, bu lezzetlerin önemini ortaya çıkarmak, unutulmasını önlemek için kayıt altına almaktır. Ayrıca literatüre katkı sağlayarak gelecekte yapılacak çalışmalara ve gastronomi turizminin tüm paydaşlarına başvuru kaynağı olması hedeflenmektedir. Bölgede bulunan arz kaynakları ile araştırmanın temel problemine ve belirlenen amaçlarına uygun olarak yapılan çalışmada; tümevarım yaklaşımı benimsenerek, nitel araştırma yöntemlerinden yüz yüze görüşme tekniği uygulanacaktır.

Birinci bölümde, gastronomi turizmi ana başlığı altında, gastronomi kavramı ve kapsamı, gastronominin tarihsel süreci, kültürel unsur olarak gastronomi, gastronominin diğer bilimlerle ilişkisi, gastronomi ve turizm ilişkisi, gastronomi turizmin amaç ve işlevleri, ilgili yazından faydalanılarak tanımlanmakta ve açıklanmaktadır. Bu bölüm içerisinde ayrıca; gastronomi turizminin özellikleri, amaç ve işlevleri, avantajları ve katkıları, uluslararası ve ulusal boyuttaki yeri ve önemi değerlendirilmektedir.

İkinci bölümü Niğde mutfak kültürü, özellikle yöresel yiyecek içeceklerin envanteri oluşturmaktadır. Bu bölümde öncelikle yöresel yiyecek ve içecekler, yöresel mutfak ve yöresel yemek kavramı, yöresel yiyecek ve içeceklerin turizmdeki yeri ve önemi, yöresel yiyecek ile gastronomi turizmi ilişkisi, yöresel yiyecek ve içeceklerin gastronomi turizmine etkileri kuramsal olarak açıklanmaktadır. İkinci bölümde daha sonra; araştırma alanı olan Niğde mutfak kültürü incelenmektedir. Bu kısmın alt başlıklarını: Niğde tarihi ve beşerî özellikleri, Niğde mutfağının yöresel yiyecek ve

içecekleri, Niğde mutfağında kışa hazırlık, Niğde mutfağında kullanılan araç ve gereerler oluşturmaktadır. İkinci bölümün son kısmında ise, Niğde’de ikamet eden kaynak kişilerden derlenen Niğde mutfağına ait 35 adet yöresel yemek reçetesine yer verilmektedir. Belirlenen bu yöresel lezzetler mutfakta uygulanmış ve fotoğraflanmıştır.

Üçüncü bölümde araştırma yöntemi; araştırmanın amacı, konusu, kapsamı, önemi, varsayımları, veri toplama tekniği, verilerin analizi, araştırmanın bulguları ve araştırmanın sınırlılıkları yer almaktadır. Sonuç kısmında araştırma bulguları değerlendirilmekte ve bulgulara dayalı öneriler sunulmaktadır.



BİRİNCİ BÖLÜM

GASTRONOMİ VE TURİZM

1.1. Gastronomi Kavramı ve Kapsamı

Fransızcadan Türkçeye geçmiş olan gastronomi terimi sık kullanılmaya başlanmıştır (Samancı, 2013). Türk Dil Kurumu sözlüğünde yer alan gastronomi teriminin iki ayrı tanımı vardır: “yemeği iyi yeme merakı” ve “sağlıklı, iyi organize edilmiş, keyifli ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2020a).

Gastronomi kelimesi, Yunanca gaster (mide) ve nomas (yasa) kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır. Gastronominin temel amacı; bireyleri korumak ve en iyi beslenme ilkeleri ile yaşamdan keyif almalarının sağlanması olarak ifade edilir (İlhan, 2003).

Gastronominin kelime anlamı ilk olarak Arcestratus’a ait olan ve ilk yemek kitabı olarak adlandırılan "Gastronomi" adlı bir şiirde görülmektedir. Sonrasında 19. yüzyılda gastronomi ortaya çıkmış ve yemek pişirme hizmetini soylulara yaymak için beslenme ile ilgili meslek grupları oluşturulmuştur. Bu gelişmelere ilaveten Yunan, Mısır ve Roma uygarlıklarında yemek pişirme ile ilgili bilinen yazılı materyaller bulunmuştur. "Uzmanların Şöleni" ve "Apicius", bulunan bu materyallerden en çok okunan kitaplar arasındadır (Algün, 2016: 10).

İnsanların yerleşik hayata geçmesi sonucunda yenilebilecek şeylerin toplanması, muhafaza edilmesi, yemek için hazırlanma süreçleri, masa düzeninin oluşturulması ve birçok yemek çeşidinin birlikte kullanılması ile ilgili değişimler gastronomi alanında gelişmeler yaşanmasını sağlamıştır. Yapılan araştırmalarda yemek yiyebilmek için kullanılan araçlarından ilk olarak bıçağın, ardından kaşığı ve çatalın bulunduğu sonucuna varılmaktadır. Özellikle çatalın bulunuşu ve yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmasıyla yemek yeme olayı yenilik kazanmıştır (Göynüşen, 2011: 9).

Gastronomi, içerdiği tüm sanatsal ve bilimsel unsurları kapsayan bir bilim olarak da tanımlanmaktadır. Gastronomi yiyecek ve içeceklerin tarihsel gelişiminden

başlayarak, her hususu ayrıntılı olarak anlamayı, uygulamayı, geliştirmeyi ve mevcut koşullara uyarlamayı hedeflemektedir (Eren, 2007: 74). Başka bir tanıma göre, gastronomi yiyecek ve içeceklerin hijyen ve sanitasyon kurallarına göre düzenli bir şekilde hazırlandığı, göze ve damak zevkine hitap edecek şekilde sunulduğu bir yemek kültürü veya yemek süsleme sanatıdır (Dilsiz, 2010: 3).

Yiyecek ve içeceklerin hazırlanma aşamaları ve sunumları, bir sanat olarak icra edilmekte ve bu durum gastronominin sanat yönünü ön plana çıkarmaktadır. Bu konuda dikkat çeken husus, gastronomi sanatının insanlığın var oluşundan günümüze kadar ulaşan bir süreci kapsamasıdır. Bir başka açıdan incelendiğinde ise “insan ihtiyaçları merdivenin en altında bulunan yeme ve içme olgusu, sanatsal bir bakış açısı ile merdivenin en üst basamağına kadar uzanmasıdır. Bireyin tüm duyu organlarına hitap edebilen gastronomi, estetik değerleri de içerisinde barındırmaktadır (İlhan, 2003’ten aktaran Akgöl, 2012: 21). Gastronomi aynı zamanda bir bilimdir ve fen bilimlerinden (fizik, kimya ve biyoloji) ve sosyal bilimlerden (ekonomi, sosyoloji, antropoloji, psikoloji, işletmecilik, yönetim, pazarlama vb.) yararlanmaktadır. Aynı zamanda bilimlerin zengin araştırma alanıdır (İlhan, 2003). Ayrıca gastronomi, yiyecek ve içeceklerin insan vücudu üzerindeki etkilerini ve onun zihinsel algısını, yemeğin değerini ve anlamını değerlendiren bir bilimdir. (Samancı, 2013: 16).

Niçin insanlar sevdikleri yiyecek ve içecekleri yer, sevdiklerinden etkilenir, neden bazı şeylerden hoşlanmamak yerine diğerlerini severler sorusu psikoloji, yiyecek ve içecekleri başkalarıyla paylaşırken ve evde yemek yerken dışarıdaki restoranlarda yemeklerin tüketilmesi sosyoloji ve ekonomi, mutfak aletlerinin evrimini incelenme sürecinde tarihsel bilimlere, aynı zamanda insan kültürünün en önemli unsuru olan yöresel yiyecek ve içecekleri tanıtmının yolları için pazarlama bilimlerine ve özgün ürünler tasarlamaya çalışırken halk bilimlerinden yararlanır. Her bir disiplin, yemeğin farklı boyutlarını açıklığa kavuşturarak tüm gurmelerin yemeğin özünü anlamasına ve ona liderlik etmesine yardımcı olur. Gastronominin çok boyutlu bir olay ve çok disiplinli bir alan olduğu görülmektedir (İlhan, 2003). Gastronomi aynı zamanda sağlıklı, düzenli, keyifli ve lezzetli bir mutfak düzeni olarak da isimlendirilir (Hatipoğlu, 2014: 10).

Gastronominin fonksiyonu; ana unsurlara binaen, yiyeceklerin yemek haline dönüştürülmesinde bütün malzemeleri arayan, tedarik eden ve hazırlayan ilgililere

yol göstermektir (Kemer, 2011: 5). Gastronomi, insanın en temel gereksinimi olan yiyecek ve içeceklerin en iyisini arar. Gastronominin olumlu ve olumsuz tarafları vardır. Olumlu tarafı, yemek hazırlama ve yeme bilimi ve teknolojisi olarak kabul edilir. Olumsuz tarafı ise, oburluk derecesine varacak şekilde boğaza düşkünlük olarak ifade edilmektedir (İlhan, 2003).

Gastronomi, yiyeceklerin ve içeceklerin tarihteki gelişim süreçlerinden bu yana bütün özelliklerinin detaylıca anlamlandırılması, uygulanıp genişletilerek günümüze adapte edilmesi aşamalarını içine alan sanatsal ve bilimsel öğelere katkısı olan bir bilimdir (Deveci, Türkmen ve Avcıkurt, 2013).

Gastronomi bilimi; uygulamalı, teorik, teknik ve bilimsel olarak dört kategoriye ayrılmaktadır. Teorik gastronomi araştırmaları için reçetelerin düzenlenmesi, teknik gastronomi üretiminde kullanılan stokların üretim aşamasını nasıl etkileyeceği, bilimsel gastronomi besin değerini incelerken, uygulamalı gastronomi yemek hazırlama, yapılış ve teşhir işlemlerinden oluşmaktadır (Hatipoğlu, 2014: 15-16).

Yiyecek ve içeceklerin görme, işitme, tadın güzelliğini ve lezzetini ortaya çıkarma sanatıdır. Bu sebeple, hazırlanan her tabağın sunumları ve içeceğin bulunduğu bardağın görünüşünün güzelliği ve estetikliği sanat eseri çerçevesi içindedir. Yiyecek ve içecekler bu çerçevede ışık gölge renk gibi doğal kompozisyonlar oluştururlar (İlhan, 2003).

“Gastronomi” ve “mutfak” terminolojisi genellikle aynı anlamda kullanılır ve ulusal veya bölgesel yemekleri, yiyecekleri hazırlama yöntemleri olarak isimlendirilir. (Kivela ve Crotts, 2005: 41). Hegarty (2005) gastronomi terimini, insanların memnun hissederek, faydalı ve mikrobiyolojik olarak güvenli yiyecekler yemesinin bir yolu olarak tanımlamaktadır.

Gastronominin temel işlevi; temel ilkelere göre yiyeceğe dönüştürülebilecek her şeyi arayan, sağlayan ve hazırlayan herkese rehberlik etmektir. Hangi meslekte olursanız olun, bir kişinin arkasındaki gerçek motivasyon, yemek hazırlama yeteneğidir. Gastronomi üretim ve tüketim boyutlarına göre sınıflandırıldığında aşağıdaki tanımlamalar elde edilecektir (İlhan, 2003);

Gastronomi Üretim Boyutu

- Sofrayı hazırlama, pişirme, servis etme ve hazırlama sanatı,
- İyi yemek yeme ile ilgili faaliyet ve bilgisi,
- Yemek pişirme ve pişirmeye ilişkin ilkeler ve uygulamalar.

Gastronomi Tüketim Boyutu

- İyi yemek ve içeceğin tadını çıkarmak,
- İyi yemek yeme konusunda aşırı istekli olma,
- Lüks ve lezzetli yemeklere bağımlılık ve tutku.

Gastronomi Üretim ve Tüketim Boyutu

- Yemek hazırlama, pişirme ve servis edilme aşamaları,
- Belirlenmiş bölge ve ülkelerle ilgili gastronomi bilimi ve sanatıdır (mutfak gelenekleri ve gelenekleri dahil),
- Zevklere ve iştahlara ulaşmak için deneme yanılma, tarihi bilgi, kültür ve alışkanlıklar yetenek ile uyumlu olmasıdır.

Gastronomi üretimin kapsamı, iyi yemek hazırlama, pişirme ve sunumu içerir. Bu nedenle gastronomi yiyeceklerin üretim boyutu, genellikle insan sağlığına zarar vermeden yeterli malzemeyle yemek hazırlama ve pişirme aşamasını kapsamaktadır. Tüketim açısından, yiyecek ve içeceklerin tadını çıkarmanın yanı sıra lüks ve lezzetli yiyeceklere duyulan eğilim ve tutkulara değişmektedir. Bu formatta bedensel ihtiyaçların karşılanması da mümkündür (Hatipoğlu, 2010).

Gastronomi teriminin son yıllarda gelişmesine bakıldığında, insanlar yeme içme faaliyetlerinin sembolik öneminin arttığını incelenmektedir. Fizyolojik yönlerinin yanı sıra bu sembolik önem kapsamında bireyler sadece fizyolojik nedenlerle değil, bunun dışında bir kültürü anlayabilmek için yiyecek ve içecek faaliyetlerine katılabilirler (Nebioğlu, 2016: 6).

Turizm sektörü olarak yiyecek ve içecek amaçlı seyahatler yeni yeni önem kazanmaya başlasa da yiyecek ve içecek seyahat amacı ne olursa olsun turizm seyahatinin önemli bir parçası olup, turistler için en önemli seyahat deneyimidir. Birçok çalışma yemek kültürünün sosyal önemi, gıdanın turizmdeki rolü ve turist tercihlerini etkileyen bir faktör olduğunu vurgulamıştır. Bu sebeple gastronomi, özgün deneyimi devam ettirmek, prestij ve statü kazandırmak, ürünü dönüştürmek ve hedefi diğerlerinden daha çekici yapmak için bir araç olarak kullanılmaktadır (Kaşlı, Cankül, Köz ve Ekici, 2015).

Belli bir bölgeye özgü yöresel yemekler o bölge için özeldir ve kültürleri oluşturan temel öğelerdendir. Günümüzde dışarıda yemek yiyen insanlar sadece açlığı gidermekle kalmıyor, yemek sırasında da farklı bir deneyim yaşıyor. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisine göre ve yiyecek ve içecek turizmi endüstrisine uygulanan

modeller yiyecek, insan ihtiyaclarının çeşitli aşamalarında farklı biçimlerde yer alır. Bu ihtiyaclar, mevsime göre yiyecek toplama, fiziksel aktivite (örneğin yemek festivallerine katılma, sosyal veya profesyonel yemek eğitimi) gibi kendi kendini gerçekleştirme ihtiyacı olarak sınıflandırılır (Bucak ve Ateş, 2014: 317).

1.1.1. Gastronominin Tarihsel Süreci

İnsanlığın varoluşundan beri beslenme kavramı türlü adımlar kaydetmiştir. Beslenme ilk başlarda hayatta kalmak için bir ihtiyaç ve karın doyurmak iken zamanla sanat ve bilim halini almaya başlamıştır. Gastronomi kavramının ilk telaffuzu son yıllarda sıkça gündeme gelmiş olsa da 1800'lü yıllarda görülmektedir. Gastronomi kavramını daha iyi anlamak için önce tarihine sonra anlamına bakmak gerekir (Göynüşen, 2011: 5).

Literatür araştırması yapıldığında gastronomi kavramı ile ilgili yapılan ilk çalışma, 1801'de Joseph Bercholux'un kaleme aldığı "Tarladan Sofraya İnsan" isimli çalışması ile karşımıza çıkmaktadır. 1825 yılında ise Fransa vatandaşı olan Jean Anthelme Brillian Savarin "Tat Fizyolojisi" adlı kitabı kaleme almış ve bu kitap birçok farklı dile de çevirisi yapılmıştır (Aydemir, 2018: 15).

İnsanların midesini doyurmak için hayatlarını riske atarak avlandığı antik mağara duvarlarına çizilen resimlerden anlaşılmaktadır. Antik Mısır'a ait mezar ve tapınaklardaki motifler, o dönemin insanların çarşı alanında yaptıkları yemekleri hazırladığını, sergilediğini ve sattığını göstermektedir. Zaman geçtikçe yemek pişirme yarışmaları ve ziyafetler başlamıştır. Asur kralı Sardanapalus, yemek sanatlarını desteklemek için yarışmalar ve ziyafetler düzenledi. Çin'deki büyük şehirlerde, günümüz restoranlarının atası sayılabilecek dükkanlar tespit edilmiştir. Kazı sonuçları, Asur'da benzer restoranların olduğunu gösteriyor. Antik Yunan'ın yemek olgusu her zaman medeniyetin göstergelerinden biri olmuştur. Bu nedenle zaman geçtikçe gerçekleştirilen yemek şölenleri hayatın önemli bir parçası haline gelmiştir. Araştırmanın sonucu, Antik Yunanistan'da yeme içme ile alakalı patente bile rastlanmıştır (Altınel, 2009: 3-4).

Gastronominin gelişmesinde önemli olan ilk adım yiyecekleri pişirmek için ateşi kullanmaya başlayan tarih öncesi insanla başlamıştır. Eski çağlarda Ortadoğu'da yemeğin seçilmesi, hazırlanması ve tüketilmesi, çok itina gösterilen bir törenle yapılırdı. Batı gastronomisinin temelleri ise Rönesans zamanında atılmıştır (Uyar, Zengin, 2015: 359).

Ateşin bulunmasıyla birlikte yemek konusunda da farklılıklar oluşmuştur. Bu icattan sonra insanlar hazırladığı yemekleri ateşi kullanarak pişirmeye, yemeklerinin lezzetlerini artırmaya, eti yumuşatıp ağızda kolayca çiğnenmesi ve sindirilmesi için farklı uygulamalar denemeye başlamışlardır. Doğada bulunan ve insan için pek uygun olmayan bitkileri ehlileştirerek toprağı kullanıp mahsulleri almaya başlayıp bunları da depolamayı başarmışlardır. Bununla birlikte toprağı işlemeyi öğrenmişlerdir. Ürün çeşitliliğı artmış aynı zamanda toplayıcılığı da geliştirmişlerdir. Etin yerine ot, beslenme düzenine ilave edilerek insanların hayatındaki yemek kültüründe de değışim meydana gelmiştir. İnsanoğlu uygarlaşmaya başladıkça, ateşin de kullanılır hale gelmesi ile yiyecek ve içecekleri pişirmede ilerlemişlerdir. Mutfak kültürüne baktığımızda insanoğlu ilk başlarda hayvan kemiklerinden ve kabuklarından mutfak araç ve gereçleri kullanırken zaman içerisinde çamur ve metal kullanılarak envanterlerini yenilemiştir. Bu da mutfak kültürünün ilk çağlarda oluştuğunun kanıtıdır (Ciğerim, 2001: 54).

Anadolu'da Orta Asya Türk boyları gittikleri her bölgeden aldıkları malzemeleri Anadolu'ya getirdiler. Türkler farklı bölgelerde medeniyetler kurmuş, bu nedenle çeşitli inançları kabul etmiş, din ve kültüre saygıda kusur etmemişlerdir. Yaşadıkları bölgede sebze, meyve ve otlardan farklı yemekler pişirmeyi öğrenmişler. Bölgenin yöresel yiyecek ve içecek kültürünü etkilemişler aynı zamanda onlardan da etkilenmişlerdir (Akgöl, 2012).

İlk Türk yemek kitabı 1844 yılında tıp profesörü Mehmet Kâmil kaleme alınmıştır. Kitabın adı “Melceü't-Tabbahin” veya “Aşçıların Sığınağı” olarak bilinmektedir. Dönemin aşçıları hep aynı eski yemekleri hazırlamaları ve yeniliğe dikkat etmemelerinden dolayı ortaya çıkmıştır. Kitap yayınlandığında büyük ilgi görmüş ve ilk kez Batı yemeklerine bu eserde yer verilmiştir. Kitap 1997 yılında Cüneyt Kut tarafından Arapça, İngilizce ve Türkçeye çevrilmiştir (Tek ve Sürücüoğlu, 2014: 225-226). Yemek ve şarap üzerine temel bir yapıt olan Dünyanın En Büyük Mutfak Ansiklopedisi yani “Larousse Gastronomique” ilk kez 1938 yılında yayınlanırken, Türkiye’de ise bu eser 2005 yılında yayınlanmıştır (Atalay, 2016: 11).

Türkiye 1980'den beri gastronomiyi araştırma odağı haline getirmiştir. 2009'dan beri Ömer Kılıç'ın “Yemek Tarihi” kitabı bu konuya bir örnektir. Ayrıca “Gastronomi Dergisi”, “Yemek ve Kültür Dergisi”, “Bugün ne pişirsem” ve “Soframızda” gibi

yemek programları ve yemek ile ilgili yazılan eserler günümüz Türk dünyasında gastronominin önemini işaret etmektedir (Göker, 2011: 30).

1.1.2. Gastronomi ile İlgili Kavramlar

Gastronomi biliminin gelişimi, gastronomi bilimi ile ilgili yeni kavramların ortaya çıkmasını etkilemiştir. Bu kavramlar aşağıda kısaca açıklanmaktadır:

Gastronom: Gastronomide mutfak ve servis sanatları konusunda uzmanlaşmış kişilere gastronom denir (İlhan, 2003'ten aktaran Altınel, 2009: 2). Türk Dil Kurumu'na göre, damak zevki olan, ağzının tadını bilen, iyi yemekten anlayan kişidir (TDK, 2020b). Başka bir deyişle gastronom; yemek pişirme sanatçısı veya ustasıdır. İyi yiyecek konusunda şöhreti olan bir restoranın sahibi veya bir ev sahibidir. Mutfak ve servis sanatları uzmanıdır. Gastronomi sanatında eğitilmiş kişidir (İlhan, 2003'ten aktaran Hatipoğlu, 2010: 7).

Gurme: Gurme kelimesi dilimize Fransızca "gourmet" kelimesinden gelmektedir. Yiyecek ve içecekler hakkında detaylı bilgiye sahip olan, yiyeceklerin içindeki tatları kolayca ayırabilen ve damak tadı olan kimse olarak tanımlanmaktadır (Sarıışık, 2017). Başka tanıma göre ise gurme; damak zevki olup, ağız tadıyla iyi yemekten ve mutfaktan anlayan kişi olarak tanımlanmaktadır (İlhan, 2003'ten aktaran Altınel, 2011: 3). Gurme; zeki, duyarlı, olgun, dengeli ve hoş insanların karakteristiğidir. Gurme, genellikle asil bir yemek kültürüne ve iyi yeme alışkanlıklarına sahip bir kişidir. Sadece yemek yemede değil, aynı zamanda mutfak işlerinde, yemek pişirme ve bir yemeği oluşturan malzemeler konusunda da uzmandır. Gurme olmak eğitim, kültür ve dikkat gerektirir (Kılıç, 2010).

Gurman: Karnını doyurmak için abur cubur yiyen, yemek kültürünü anlamayan, görünüm, vizyon, lezzet ve hijyen standartlarına dikkat etmeyen bir yiyici olarak tanımlanmaktadır (Uyar ve Zengin, 2015: 362).

Ayrıca gurman kavramının; yemeği çok seven kişi ve boğazına düşkün anlamlarında da kullanıldığı görülmektedir. Gurme ve gurman arasında ciddi bir fark bulunmaktadır. Gurman, yeme ve içme konusunda sadece nicelik bakımından, karın doyurmak ile ilgilenirken; ağzının tadını bilen gurme ise yiyecek ve içeceklerin niteliği ile detaylı bir şekilde ilgilenmektedir (Türkoğlu ve Kozak, 2015: 211).

Degüstatör: Bu kavram daha çok dünya çapında şarap tadımı yapan kişiler için kullanılmaktadır (Hatipoğlu, 2010). Şarap degüstasyonunda yalnızca tat alma duyusu kullanılmaz. Degüstasyon, görme ile başlayan, koklama ile devam ederek en sonunda

da tatma ile tamamlanan bir süreçtir (Aydın, 2015). Degüstasyon, içeceklerin ve zaman zaman yiyeceklerin tadımı konusunda bilgili ve uzman kişilerin koku, renk, lezzet ve kalite yönünden değerlendirme yapabilmeleri için gerekli işlem basamakları olarak isimlendirilir. Degüstatör bir diğer adıyla tadım uzmanı da degüstasyon işlemini yapan kişiye verilen isimdir (Uyar ve Zengin, 2015).

Füzyon Mutfak: Füzyon kelime olarak “birleşme, kaynaşma” anlamına gelir (TDK, 2020c). Füzyon mutfakta birçok ülkenin mutfak kültürüne ait yöntemler, envanterler ve yiyecekler kullanılacağı için ortaya çıkan ürün aslında “çok uluslu” ürün niteliği taşımaktadır. Bu çok ulusluluk ise yapılan yemekleri küresel boyutlara taşımaktadır (Mil, 2009: 5).

Bu mutfağa adını veren ilk kişi Miami'den ünlü şef Norman Van Aiken olmuştur. Başlangıçta bu akım Asya füzyonu olarak adlandırılırken, ilerleyen yıllarda bu akım farklı ülke mutfaklarında da kullanılmaya başlanmıştır (Hürriyet, 2020a).

Moleküler Gastronomi: 1725- 1826 yılları arasında Fransa'da yaşamış ve “Tadın Fizyolojisi” isimli çok ünlü kitabı kaleme almış olan ünlü bir gastronom Brillat-Savarin, moleküler gastronomiyi tanımlayan ilk kişidir. Bu kitap yemek ve lezzet konularının yanı sıra gastronomiye fizik ve kimya konularında yeni bir yaklaşım getirmektedir. Bu nedenle Brillat-Savarin, Fizikokimyacı Herve This ve Nicholas Kurti gibi isimlerle birlikte moleküler gastronominin ilk temel taşlarını atmışlardır. Brillat-Savarin'e göre gastronomi ‘insan beslenmesi ile ilgili her şeyin sistematik olarak incelemesi’ olarak özetlenmiştir (Kemer, 2011: 6). Moleküler Gastronomi ile yiyecek ve içeceklerin besin değerleri ve insan sağlığına olan faydaları gibi konuların incelenmesi gibi bilimsel bir tutum yerine; fiziksel ve kimyasal araştırmalara dayanan farklı ve yenilenmiş özel lezzetlerin meydana çıkarılmasını amaçlayarak faaliyetlerde bulunulmasıdır (Dilsiz, 2010: 6).

Fast Food: Fast Food kültürü 1940'lara kadar dayanan Amerika Birleşik Devletleri'nde doğmuş hızlı yemek yeme aperatif yeme, öğünü geçiştirme anlamı olarak ortaya çıkmıştır. Ofis çalışanları vakitlerinden tasarruf sağlamak için yemek düzenine geçmeden ayak üstü hızlı bir şekilde açlıklarını gidermek için aperatif gıdaları tercih etmişler ve Fast Food kültürü yayılmıştır. Özellikle 2000'li yıllardan sonra Fast Food sektörü ülkemizde en popüler meslek grupları arasında yer almaktadır. Hamburger, patates kızartması, pizza gibi hemen yenilebilen yiyecekler

her uzman tarafından sağlıksız yiyecek grubu Fast Food olarak adlandırılır (Sabah, 2020).

Slow Food: Slow Food hareketi ilk olarak İtalya'da gazeteci Carlo Petrini tarafından 1986 yılında Roma'daki Piazza di Spagna'da kurulan McDonald's restoranına tepki vermek amacıyla başlatılmıştır (Jones vd., 2003: 298).

Slow food, sürdürülebilir yerel kalkınmayı sağlamak için mekanların korunmasını, şehrin kendine has dokusunun ve kültürel özelliklerinin korunmasını, yerel değerlerin yeni nesillere aktarılmasını, yerel tohumların üretimini, yerel yiyecek içecek üretimini ve yerel halkın kazanç sağlamasını desteklemektedir (Pajo ve Uğurlu, 2015).

Eko-gastronomi: Tarım ve gıdanın üretim, satış ve tüketim aşamalarının doğal, ekonomik, sosyal, kültürel, politik, psikolojik yönleri ve sürdürülebilir kalkınmanın geleneksel sürdürülebilirlik ilkeleri ile ele alınmasıdır. Bu nedenle sürdürülebilir gastronomi olarak da tanımlanmaktadır. Eko-gastronomi, yerel turizm kaynaklarını modernizasyonu ve genişletilmesi yoluyla destinasyonun özgünlüğüne katma değer katmaktadır. Turizm ve tarım sektörlerinde yerel ekonomiyi güçlendirir. Çevre dostu işlemlere sahip altyapı kurarak sürdürülebilir turizme önemli katkı sağlamıştır (Yurtseven, 2014: 7-8).

1.1.3. Kültürel Unsur Olarak Gastronomi

Restoranlar ve otellerde turistler için yemeklerin hazırlanmasının yanı sıra yöresel yiyecek ve içecekler ile alakalı tecrübe edinmek hedefiyle turistlerin seyahat etmesi anlamına gelen gastronomi turizmi, bir toplumun kendini ifade etme biçimi olan yemek kültürünü ele almaktadır. Kültür, gastronomi turizminin ahenk taşı olup, gastronomi turizminin özel ilgi turizmi olmasının yanı sıra, söz konusu bölgenin yemekleri sayesinde kültürel özelliklerinin de tanınmasına olanak sağlayan bir kültür turizmi olarak bilinmektedir (Quan, S. ve Wang, N., 2004: 299).

Bu sebepten dolayı kültürün incelikli potansiyeli ve yöresel gastronomideki orijinal yapısı ile turistler için sunum aşamasında etkileyici bir çekicilik oluşturmaktadır. Kültürel çekicilik unsurları ve kültür dinamiğini oluşturan veriler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Kurgun ve Özşeker, 2016: 32);

- Yerel halkın doğal yetişen yiyecekleri değerlendirme biçim ve yöntemleri,
- Tarım ve hayvancılık faaliyetleri,
- Yöresel yiyecek ve içecekler,

- Bölgede yetişen gıda maddelerini işleme ve muhafaza yöntemleri,
- Yöresel yiyeceklerle yapılan yemek tarifleri,
- Pişirme yöntemleri ve pişirme araç gereçleri,
- Yiyeceklerin sunum aşamasında sofranın düzeni ve usulleri,
- Yemekle bağlantılı olarak yapılan törenler,
- Yemek alışkanlıkları ve günlük öğünlerin düzeni,
- Yiyeceklerin servisinde gerçekleştirilen yöntem ve standartlar,
- Beraber yemek yeme düzeni,
- Bağbozumları ile alakalı prensipler,
- Gastronomi fuarları ve festivalleri,
- Kutlama, düğün, cenaze, doğum günü, bayram gibi etkinlikler, düzenlenen özel ziyafetler ve gelenekler,
- Menü kullanımı,
- Bölgedeki yiyecek ve içecek işletmeleri,
- Hijyen ve sanitasyon ile alakalı alışkanlıklar,
- Yiyecekleri işleme fabrikaları ve atölyeleri,
- Tarihi mutfaklar ve gastronomi müzeleri.

Yeme içme sanatı, kültürel bir değer olarak kabul edilmekte, söz konusu sanatın bölgeselliği ve özgünlüğü, farklı bir tartışma konusu oluşturmaktadır. Uluslararası olarak farklı kültürlerin mutfak alışkanlıklarına yönelik yapılan uygulamalar birtakım seçenekler sunmakla beraber bölgeye has, eşsiz, farklı tecrübeler, bölgeyi tercih eden turistlere sunabilen turistik bölgeler, özellikle söz konusu yöne ilgi duyan turistler konusunda mutlak üstünlüğe sahip olmaktadır. Bölgeye ait sunum ve algılanma biçiminden yola çıkarak, dışsal veya soğuk, içsel veya sıcak doğrulama seçeneklerinden bahsedilmektedir. Soğuk doğrulama; tekil, açık ve genel olarak resmi hatta yasal bir edimsel eylem marifetiyle bir nesne, bölge, olay, gelenek, rol veya kişinin kopya, sahte veya yapay olmayıp aksine orijinal, hakiki ve gerçek olduğunun açıklanması anlamına gelmektedir (Cohen ve Cohen, 2012: 1298).

Yöresel yiyecek ve içecek üreticileri, ürünleri için almış oldukları çeşitli ve farklı belgelerin yanı sıra, ürünlerinin bölgesel olduğunu soğuk doğrulama yöntemiyle de belgelendirmek istemektedirler. Fransız sınıflandırma yöntemi esas alınarak geliştirilmekte olan Avrupa Birliği köken adlandırma sisteminin benzeri olma

özelliğini taşıyan bir sistem, ülkemizde de Köken Kontrollü Adlandırma (KK/D) olarak yürütülmektedir. Yiyecek ve içecek ürünlerine özgün bir kalite kimliği kazandırma aşamasında köken adlandırma uygulaması etkili olmaktadır (Skuras vd., 2006: 771).

Yöresel yiyecek ve içeceklerin tüketilmesi turistler için içsel tatmin oluşturmaktadır. Kültürel ve etik açıdan daha doğru bir tüketim usulü algısı, aynı zamanda destinasyonda gerçekleşen mekân algısı ile bağlantı kurulduğunda tatil sonu anıları canlandırma gücü sayesinde ise yerel tüketim daha yüksek seviyede bir tatmin sunmaktadır (Sims, 2009: 328). Yöresel yiyeceklerin turistler tarafından benimsenen yüksek kalitesi de üretim ve tüketim ilişkisine bağlıdır. Kaliteli yöresel ürünler, ilgili bölge ile bağları olan yiyeceklerdir. Böylece, kültürel bir bakış açısı ile elde edildikleri veya üretildikleri bölgesel geleneklere saygı gösterilmiş olmaktadır. Bu özellikleri ile onları rakiplerinden farklılaştırarak ayırmaktadırlar (Lopez ve Martin, 2006: 171).

Kaliteli yöresel ürünlerin hijyenik, sağlıklı ve besleyici olması, bir takım duyuşal özellikleri ve kullanım rahatlığı özelliklerine göre belirlenmektedir. Daha sağlıklı ve daha kaliteli ürünler, doğrudan üretildikleri veya yetiştirildikleri bölgeler ile ilişkilendirilmektedir (Lopez ve Martin, 2006: 172).

1.1.4. Gastronominin Diğer Bilimlerle İlişkisi

Gastronomi, estetik, kalite, göze hitap eden yiyecek ve içecekler gibi konuları ele alan bir bilimdir. Hem fen bilimlerinden (fizik, kimya ve biyoloji) hem de sosyal bilimlerden (ekonomi, sosyoloji, antropoloji, psikoloji, işletme yönetimi, yönetim, pazarlama vb.) faydalanan gastronomi; bu bilimler içinde çok geniş araştırma alanıdır. Gastronomi, yiyecek ve içecek ile ilgili bir alan olduğu için beslenme ile doğrudan ilgilidir. Tat ve tat fizyolojisi, şarabın üretimi, insan besin maddelerinin işlevi, gıda seçiminin belirlenmesinde dikkat edilmesi gereken kilit noktalar; gıdanın fiziksel, kimyasal ve biyolojik olarak bozulmasını önlemek için hijyen kurallarına uygun üretim süreçlerinin geliştirilmesi için fen bilimlerinin kapsamına girmektedir (İlhan, 2003'ten aktaran Altınel, 2009).

İnsanların yemek yeme motivasyonu, evde veya dışarıda yemek yemesinin nedenleri ve tercihleri, yiyecek ve içecek ürünlerinin pazarlanması, ürün maliyeti, mutfağın tarihsel geçmişi, sosyal yiyecek ve içecek kültürü, psikoloji, sosyoloji, ekonomi,

işletme vb. konularda sosyal bilimlerin alanını kapsamaktadır (İlhan, 2003'ten aktaran Kılıç, 2010).

Niçin insanlar beğendikleri yiyecekleri yerler, bazı ürünlerden etkilenir, niçin bir şeyi severken başka şeyden haz almaz soruları psikoloji bilimine, yiyecek ve içeceklerin paylaşılarak tüketilmesi, birileri evde yemek yerken birilerinin dışarıda yemek yemesi ve motivasyonları anlaşılmasına çalışıldığında sosyoloji ve ekonomi bilimine, mutfakta kullanılan materyallerin tekamülü anlaşılmasına çalışıldığında tarih bilimine, insan kültürünün en önemli unsuru olan yöresel menüyü misafirler için prezantasyon yollarını ararken pazarlama bilimine, özgün ürünler tasarlamak için halk biliminden faydalanılır. Her disiplin, gurmelere ve gastronomi ile ilgilenen kişilere gıdanın farklı boyutlarını netleştirerek gıdanın özünü anlamasına ve ustalaşmasına yardımcı olur. Gastronomi çok boyutlu bir olay ve çok metotlu bir bilimdir. İnsan hayatı boyunca her tat ve kokuyu yaşamına katar (İlhan, 2003'ten aktaran Özçil, 2020).

Gastronomi, insanların yiyecek ihtiyaçlarını ve bu konularla ilgilenen kişileri karşılamak için yiyecek arama, satın alma ve hazırlama işlemlerine rehberlik edebilecek bir işleve sahiptir. Bu nedenle gastronomi günümüzde otel şirketlerinden küçük restoranlara kadar geniş bir faaliyet alanına sahiptir (Karaca, 2018: 21).

1.1.5. Gastronomi ve Turizm İlişkisi

Farklı yiyecek ve içecekleri deneyimlemek için farklı ülke veya bölgelere seyahat edenler, yemek ve turizm arasındaki ilişkinin en somut örneklerinden biri olarak görülebilir. Bu insanların gerçekleştirdiği turizm hareketinde gastronomi, kaçınılmaz bir şekilde destinasyon özelliği taşır. Bu koşullar altında birçok ülke veya bölge, gastronomik ürünlerini turizm potansiyellerini artırma çabalarında ana faktör olarak görmektedir (Frochot, 2003: 83).

Öte yandan, farklı nedenlerle yaşayan ve turist olarak adlandırılan kişiler, yeni yerler görme deneyimi, yemek yeme trendleri ve eğlence gibi nedenlerle bir ülkeyi veya bölgeyi ziyaret etmektedir. Amerika'da turist profiline ilişkin yapılan bir çalışmada, enternasyonal bazda destinasyon özelliğine olan mekanlara giden turistlerin eğlenceden sonra en ilginç aktivitenin bir restoranda yemek yeme olduğu sonucu çıkmıştır (Bekar ve Kılıç, 2014: 19). Ziyaret edilen ülke veya bölgelerin mutfaklarında bol miktarda yiyecek ve içecek bulunmasının, aynı yeri tekrar ziyaret etmek isteyen turistlerin tekrardan ziyaret etme duygularını artırmada olumlu bir faktör olabileceği söylenebilir (Kart Gölgeci, 2016: 60). Bu durumda turizm kavramı;

insanların sosyal, kültürel, psikolojik ve fiziksel ihtiyaçlarını karşılaması koşuluyla seyahat ve konaklama ihtiyaçları ile yemek ve eğlence faaliyetlerini içeren bir ürün ve hizmet sektörü olarak tanımlanır (Özmen, 2007: 9).

Kısaca tüm bu tanım ve çalışmalardan gastronomi ve turizm arasındaki ilişkinin göz ardı edilemeyeceği anlaşılmaktadır. Gastronomi ve turizm arasındaki bağlantıyı daha iyi anlayabilmek için ikili arasında birbirine bağlı bir çatı olduğu ve gastronomi turizmi kavramını incelemenin faydalı olabileceği öngörülebilir.

1.2. Gastronomi Turizmi Kavramı ve Kapsamı

Tarih öncesi çağlardan beri yemek, seyahat ile ilişkilendirilmiştir. Gastronomi ve turizm arasındaki bağlantı, geleneksel misafirperverlik, yemek ve lezzet tomurcuklarından gastronomi turizminde yenilikçi konseptlerin geliştirilmesine doğru bir yolculuktur. Gastronomi, hedefler ve hedef görüntü ile ayrılmaz bir şekilde bağlantılıdır. Günümüzde ise gastronomi, turistlerin tatil destinasyonlarını seçmelerinin en önemli nedenlerinden biri haline gelmiştir. Başka bir ülkeye seyahat edenlerin beklentisi, yeni yerler görmek, yeni kültürler öğrenmek, yeni zevklerle tanışmak ve farklı deneyimler yaşamaktır. Eşsiz yemek deneyimi; müzeler, eğlence ve alışveriş aktiviteleri ile ziyaretçi çekme potansiyeline sahiptir (Özkaya ve Gündeğer, 2014: 188).

Gastronomi turizmi; insanların daha önce hiç yemedikleri yemekleri tatmak için farklı bölgeleri, kırsal alanları veya özel alanları, gıda üreticilerini, yemek festivallerini veya restoranları ziyaret ederek bilmedikleri bir yemeğin ve içeceğin hikayesine şahit olmak olarak tanımlanır (Deveci, B., Türkmen, S. ve Avcıkurt, C. 2013: 31).

İlgili yazında, yiyecek ve içecek turizmini tanımlamak için farklı terimler (yemek turizmi, gurme turizmi, gastroturizm, gıda turizmi, şarap turizmi gibi) kullanılmaktadır. Bu terimlerin aksine, gastronomi turizmi terimi, yemek deneyimi ile tamamen aynı kabul edilir. Yemek ve şarap turizminin birleşmesiyle oluşan gastronomi turizmi, yiyecek ve içeceklerin yanı sıra yöresel yemeklerin bir arada sergilenmesi ve turistlerin bu zevki yaşamaları için zaman ayırmaları olarak isimlendirmektedir (Aydemir, 2018: 6).

Gastronomi turizmi sektörü bir bütün olduğu için diğer turizm türlerine göre farklılıklar vardır. Aynı zamanda diğer turizm türlerinde de gastronomi hem turistlerin belirli destinasyonları tercih etmesini etkiler, hem de turist tüketimini

artırır. Yerel ve çevreye duyarlı yapı, taklit edilmesi zordur. Ancak turistik cazibe merkezlerinin (deniz, kum, güneş, doğal ve tarihi eserler) olmadığı kırsal alanlar için gastronomi merkezi olmak büyük bir avantajdır (Baydan, 2018: 4). Gastronomi turizmi ile ilgili kaynaklarda mutfak turizmi, yiyecek ve içecek turizmi gibi kavramlar vardır, bu kavramlar genellikle birbirinin yerine kullanılsa da talep düzeyi nitelik ve nicelik açısından farklılık göstermektedir. Ayrıca tartışılan kavramlar karşılıklı olarak etkileşimdedirler. Bunun nedeni ise temaların yiyecek ve içecek tüketimi olan seyahat hareketlerini kapsamasıdır (Hall ve Sharples, 2003: 11).

Hall ve Sharples (2003: 28-29) gastronomi turizmini şu şekilde özetlemektedir;

- Yerellik, tarımsal ve finansal kalkınmanın ayrılmaz bir parçasıdır.
- Gastronomi yerel kültürün bir parçasıdır ve turistler tarafından tüketilmektedir.
- Turistlerin belirli tercihler ve tüketim yöntemleri ile tükettikleri ürün ve hizmetlerdir.
- Küreselleşme ise bölgeselleşmenin bir işaretidir.
- Yerel turizm endüstrisinin evrensel olarak tanınmasını sağlayan bir araçtır.
- Rekabetçi hedef pazarlamanın bir bileşimidir.

Gastronomi turizmi, restoran ve otellerde turistler için yemek hazırlamanın yanı sıra, sosyal bir kendini ifade biçimi olan yemek kültürü anlamına da gelmektedir. Gastronomi turizmi, amacı yerel yemek ve yemek deneyimi elde etmek olan turistleri ifade etmektedir. Kültür, gastronomi turizminin temel taşıdır. Özel ilgi turizminin yanı sıra kültür turizmidir. Yörenin kültürel özellikleri yemeklerinden anlaşılabilir (Çevik ve Saçılık, 2011: 510).

Turizm endüstrisi, çeşitliliğini geliştirmek ve artırmak için gastronominin çekiciliğini kullanmaktadır. Gastronomi, yemek pişirme sanatı ve mutfak kültürü olarak tanımlanmaktadır. Turizm söz konusu olduğunda yiyecek ve içeceklerin kültür yapısı olarak tanımlanabilecek olan gastronomi, iç ve dış turizmin önemli bir unsurudur (Aslan, 2010: 41).

Gastronomi turizmi ile ilgili gurmeler araştırmacı olmalı ve kibirli olmamalıdır. Tüketim, turizm endüstrisinin ayrılmaz bir parçasıdır ve turistler bölgenin zevklerini ve manzaralarını tüketirler. Yemek, başka bir kültürle bütünleşmenin önemli bir unsurudur. Yemek, bireye “ötekini” tanımak için kendi düşünce ve duyularını kullanma fırsatı verir. Dolayısıyla yöresel yemekler; bir turizm bölgesinin

özelliklerinin en önemli noktasını oluştursa da aynı zamanda turistlerin bölgede kazanacağı deneyim, çekicilik ve çeşitliliği artırmaktadır (Demir, 2011: 51). Gastronomi turizmi, yöre halkı ve bölgede yaşayan turistler arasındaki sembolik etkileşim ile duygusal bağlar kurarak iç içe geçmekte, böylelikle bölgenin imajının güçlü gelişimine yön vermektedir (Çevik ve Saçılık, 2011: 511).

Yüncü (2010: 22) dünya genelinde gastronomi turizmine yönelik düzenlenen turları üç grupta toplamıştır;

- Aşçılık eğitimi dahil en önemli gezi bölgeleri Fransa, İtalya ve İspanya'dır. Bu bölgelere yapılacak gezi gurme yemek sunumları ve şarap tadım turudur.
- Özel yörelerin yöresel yemeklerini tatmak veya dünyaca ünlü şeflerin yaptığı yemekleri yemek için turlar düzenlemek, İtalya'da zeytinyağı, Fransa'da peynir ve İspanya'da tapas tatmak için bir yapılan gurme gezileri.
- Belirli ürünler için özel olarak geliştirilen turlar, Kosta Rika'da kahve turları, Japonya ve Sri Lanka'da çay turları ve Belçika ve İsviçre'de çikolata turları dahil olmak üzere ilgili ürünlerin üreticileriyle tanışma fırsatları sunar.

Gastronomi turizmi, uzun yıllardır turizm sektöründe yükselmeye çalışan en popüler adaydır. Çünkü yemek, turistlerin yeni ve egzotik ülkelerle tanışmasının en iyi yollarından biridir. Yemek, seyahat sırasında neredeyse tüm gezginlerin en popüler üç turizm faaliyetinden biridir (Cömert ve Özkaya, 2014: 63). Gastronomi turizmi, birincil ve ikincil gıda üreticilerini ve yemek festivallerini ziyaret etmek, konaklama şirketleri ve yemekleriyle ünlü restoranlar tarafından üretilen belirli yiyecekleri öğrenmek ve tatmak amacıyla yapılan seyahat olarak tanımlanmaktadır (Mitchell ve Hall 2000).

1.2.1. Gastronomi Turizminin Amaç ve İşlevleri

Tarih öncesi çağlardan beri, yiyecek ve içecek kavramı, insanın hayatta kalması için temel ihtiyaç olmuştur. Destinasyonun en önemli cazibe unsurlarından biri olan yemek kültürü; ülkelerden, bölgelerden ve yörelerden gelen turistlerin tatil keyfinin artmasında önemli bir faktördür. Turistlerin ziyaret ettikleri yerlerin yöresel mutfakları dikkatlerini çekmektedir. Öyle ki bu durum insanların bölgeyi tekrar ziyaret etmesine neden olabilir. 19. yüzyıldan itibaren çeşitli şekillerde gerçekleştirilen bu faaliyetlere “gastronomi turizmi” adı verilmiştir (Kart, 2016).

Gastronomi sadece sosyal bir kültür haline gelmekle kalmayıp, aynı zamanda ülkelerin dünya pazarına girmesinin ve sahiplenmesinin de bir parçası olmuştur. Bu

lkeler çeşitli yemek festivalleri dzenledike, turizm endüstrisindeki statüleri gelişmeye devam etmekte ve dünya çapında yüksek bir ne sahip olmaktadır. İnsanların yeme ve içme olgusuna değer vermesi bu itibarı artırmıştır. Bu durumda ortaya çıkan i grl insanlar, gıda turizminin değerini artırmaktadır. Çünkü turizm faaliyetlerine katılmak istediklerinde bir yol haritası oluşturmak için sadece gastronomi değerlerini dikkate almaktadırlar (Dilsiz, 2010: 13).

Ülkemize gelen yabancı turistlerin gelenek ve greneklerimizi kavramaya olan ilgisi ve tanıma çabaları, mutfak kültürümüze duydukları istek bizleri kendi zmz merak etmeye yöneltilmiştir. Pek çok büyük şehirde yöresel yemekler sunan restoranlar açılmış ve bu uygulama ile Türk mutfağının gelişmesini teşvik edici bir katkısı da olmuştur (Ciğerim, 2001: 58).

Gastronomi turizmi ve tatil destinasyonu pazarlamacılığının gelişimi açısından yemek, gastronomi turizminin en önemli unsurlarından biridir. Yerel ve bölgesel mutfak, büyük potansiyele sahiptir ve uzun vadeli rekabete katkı sağlayabilir. Yemek pişirme ile ilgili mirası koruyarak ve tesisin özgünlüğüne değer katarak yerel ve bölgesel gıdanın gelişimini teşvik etmektedir. Yerel ve bölgesel turizm kaynak tabanını genişletir ve geliştirir. Tarımsal retimi teşvik eder ve turizm endüstrisini ve yerel ekonomiyi destekler. Bunu sağlamak için tarımı güçlendirmek sektörün en etkili yoludur. Gastronomi turizmin gerçekleştirilmesine yönelik taslak ve yönergeler, mevcut ve olası girişimciler için yerel ve bölgesel gıda turizm potansiyelini en üst düzeye çıkararak bir fırsat yaratmaktadır (Eren, 2011).

Markalara hizmet veren gastronomi turizm sektörü için; bölgedeki tüm turizm ürünleriyle birlikte gastronomi gıda üretim şirketleri, bölgede faaliyet gösteren turizm işletmeleri ve kurumları, bölge ile ilgili tarihi belgeleri ve faaliyetleri bir kitapta toplanmalıdır. Ayrıca gastronomi turizminin unsurları olan yöresel yemek kursları, yemek festivalleri, müzeler, turizm toptancıları ve üreticileri de koordine edilmelidir (zmc, 2018: 36).

Gastronomi turizmi yılın 365 günü yapılabilen bir faaliyet olduğu için destinasyon pazarlamasında ve gıda pazarlamasında çok önemlidir. Zira kültür, altyapı, ekonomi vb. yararlardan yıl boyunca faydalanılabilir. Bu sebepten gastronomi turizminin destinasyon pazarlamasında etkili bir rol aldığı görülmektedir. Gastronomi turizmi, deniz, kum ve güneş üçlüsünden yararlanamayan bir destinasyon için yeni ve farklı

bir seçenek sağlayabilir. Gastronomi turizminin destinasyon ve pazar oluşumunun artmasında büyük etkisi vardır (Kivela ve Crotts, 2006).

Yemek kültürünün gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi için bir takım araştırma ve çalışmalar yapılması gerekmektedir. Bu çalışmalar aşağıda sıralanmıştır (Şengül ve Türkay, 2016b);

- Profesyonel şefler tarafından, otel ve restoranda yöresel yemeklerin sunulması,
- Coğrafi işaretler aracılığıyla belirli bir bölgedeki yöresel lezzetlerin kayıt altına alınması,
- Yerel mutfak temalı bir restoranların faaliyete geçirilmesi,
- Bölgeye özgü ürünleri satan butikler veya satış dükkanları kurulması,
- Otelin Türk mutfağı gecesinde bölgeye özgü yöresel yiyecek ve içeceklerin sunulması,
- Yöreye ve kültüre özgü ürünleri tanıtmak için mutfak müzesinin açılması,
- Bölgedeki otellerin oda servisinde yerel yemekleri hazırlamak ve sergilemek,
- Yerel pazarlara geziler düzenlemek, turistlere tanıtım ve alışveriş fırsatları sağlanması,
- Şehir merkezinde yöresel restoranların açılmasını teşvik edilmesi,
- Bölge mutfağını tanıtmak için yöresel aşçılık kurslarının verilmesi,
- Bölgeye özel yemek festivalleri düzenlenmesi,
- Bölgenin yemek kültürünü tanıtan bir katalog kitap basılmasıdır.

Gastronomi turizmi, yiyecek içecek şirketleri ve yemek rehberlerinin dar sınırlarında yer almamalıdır. Bu sektörde; aşçılık okulları, yemek tarifleri satan dükkanlar, bu geziler için yemek seyahat acenteleri ve rehberler, gastronomi ile ilgili medya, TV şovları ve dergiler, yemekle ilgili faaliyetler, arazi sahipleri ve üreticiler bulunmaktadır (Çağlı, 2012: 34).

Turistlere ve seyahat acentelerine gastronomi seyahatlerinde rehberlik etmek için, bölgedeki gastronomi turizmi ürünlerinin sınıflandırılması, ziyaret edilecek bölgenin faaliyet ve lokasyonlarının belirlenmesi için gereklidir. Bu ihtiyaca göre gastronomi turizm ürünleri şu şekilde sınıflandırılabilir (Nebioğlu, 2017);

- Belirli bölgelerde bulunan yiyecek ve içecek ürünleri,
- Bu ürünlerinin bulunduğu yiyecek ve içecek işletmeleri,

- Bu ürünleri sergilemek için festivaller ve diğer etkinlikler,
- Bu ürünlerin üretildiği yerlere yapılan turlar.

Gastronomi turizmi, yerel mutfağın kültürlerarası anlayıştan yararlanmasını sağlar. Ayrıca bir yer, bölge veya ülke turizm kaynaklarının fazlalığına sahiptir. Daha aktif ve keyifli hizmetler sunularak, tatilcilere tatmin edici bir deneyim fırsatı verir. Nüfus, üretim, refah düzeyi, ürün ticareti ve sürdürülebilirliği gibi konularda bölgenin kalkınmasına yardımcı olur (Göker, 2011: 45).

1.2.2. Gastronomi Turizminin Avantajları ve Katkıları

Gastronomi turizmi; bir ülke veya bölgenin kültürel özelliklerini ve mirasını koruyup yansıtarak bir ülke veya bölgeye rekabet avantajı sağlar (Çalışkan, 2013: 41). Uluslararası olumlu etkileşimler oluşturmaya yardımcı olur ve ekonomik ve sosyal kalkınma için önemli bir pazardır. Ayrıca kentsel ve kırsal alanlarda yapılaşma ve yıl boyunca turist çekme potansiyeline sahiptir (Ateş, 2014: 15). Gıda turizminin bölgesel kalkınma ve yerel işletmeler için avantajlarından şu şekilde bahsedilmektedir (Hall, 2003);

- Yeni satış ve pazarlama alanlarının çeşitliliği: Yeni pazarlara girmek ve satış tabanını çeşitlendirmek daha kolaydır, çünkü üreticiler daha fazla esnekliğe sahip olmaktadır.
- Ürünler müşterilere sergilenir: Ürünleri zenginleştirerek yeni ürünleri denemek için fırsatlar sağlar.
- Müşteri ilişkilerini geliştirir: Ürünü beğenen müşterilerin deneyim ve zevklerini diğer müşterilere aktararak yeni müşteriler kazanılır.
- Marka farkındalığını artırır: Müşteriler ve marka ürünler arasındaki bağı güçlendirir.
- Satış noktalarının sayısı artmaya devam eder: Küçük üreticiler diğer pazarlara ürün sağlama fırsatına sahip olur.
- Müşteri odaklı satışı sağlar: Müşteri tercihlerine ve ondan elde edilen bilgilere göre pazarlama fırsatları oluşturulabilir.
- Daha yüksek kâr marjları sağlar: Ürünler doğrudan tüketiciye satılacağı için aracılara ödenen miktar ortadan kalkar.
- Eğitim fırsatı sağlar: Satın almayı ve dolayısıyla tüketimi artırır, tüketicinin ürünü beğenmesini sağlar, ürün hakkında bilgi aktarımı oluşur. Bu nedenle, üretim sürecini anlayan tüketiciler güvenilir ürünleri seçeceklerdir.

- Ürün pazarlama stratejileri geliştirir: Ürün tüketicilere doğrudan ulaştığında, ürün hakkında geri bildirim almak kolaydır. Müşteri beklentilerine göre ürün çeşitlendirmesi ve ürün değişiklikleri yapılabilir.

Gastronomi turizminin avantajlarının yanı sıra bazı dezavantajları da vardır. Bu dezavantajlar aşağıda sıralanmıştır (Hall, 2003);

- Beklenen satış hedefine ulaşamama riski,
- Ani fırsat maliyetleri,
- Mevsimsel sorunlar,
- Yönetim ve maliyetlere ayrılan zamanın artış göstermesi,
- Uygun pazara girememek,
- Sermaye gereksinimidir.

Gastronomi turizminin katkısı ulusal, bölgesel ve yerel olmak üzere üçe ayrılmaktadır. Gastronomi turizminin katkıları şu şekilde sınıflandırılır (Öney, 2013: 158-188);

Gastronomi turizminin ulusal katkıları:

- Ulusal gastronomi turizmi stratejilerinin tanımlanmasına yardımcı olur.
- Ulusal markaların gelişmesine yardımcı olur.
- Ekonomik açığın giderilmesine yardımcı olur.
- Devlet desteği sağlamaktadır.
- Ulusal gastronomi turizmi karşılıklı olarak teşvik sağlanmasına yardımcı olmaktadır.
- Büyüme potansiyeline sahip çeşitli pazar örnekleri sunar.
- Olumlu ve benzersiz bir satış noktası sağlar, satışlar arttıkça vergileri artırır.

Gastronomi turizminin bölgesel katkıları:

- Bölgesel gastronomi ve turizm stratejilerinin belirlenmesine yardımcı olur.
- Bölgesel yönetim desteği sağlar.
- Bölge sermayesinin korunmasına katkıda bulunur.
- Bölgesel marka geliştirmeye yardımcı olur.
- Nitelikli işgücü ve dış kaynakları koruyarak, hedef pazarlama sürecinde yeni ve farklı planlar sunar.
- Bölgesel gastronomi ve turizmin karşılıklı olarak teşvik edilmesine yardımcı olur.

- Bölgede yiyecek içecek firmaları ve konaklama firmalarının doluluk payının artmasına yardımcı olur.

Gastronomi turizminin yerel katkıları:

- Restoranlara ve üreticilere doğrudan satış sağlar.
- Çiftçi ve üretici pazarların kurulmasını ve gelişmesini sağlar.
- Müşteri ilişkilerinin sürdürülebilirliğine katkıda bulunur.
- Bölgesel sermaye oluşturmaya yardımcı olur.
- Bölgesel çeşitliliğinin odak noktası haline gelmesine yardımcı olur.
- Bölgenin yiyecek ve içeceklerinin değer kazanmasına ve değerini korumasına yardımcı olur.
- Üreticiler ile tüketiciler arasındaki alışverişin yüz yüze gerçekleşebilmesini sağlar.
- Yerel üreticilerden meydana gelen bir ağ oluşturur.
- Bölgesel kültürel farklılıkların belirgin olduğu festivaller veya organizasyonlar düzenlemeye yardımcı olur.
- Çiftliklerden, yol kenarındaki tablolarda doğrudan satış yapılmasına yardımcı olur.

Yapılan araştırmalardan gastronomi turizm sektörünün, kültürel deneyim ve güçlü kültürlerarası ilişkiler yaşama, kırsal alanların ekonomisini ve seçilen destinasyonların güçlendirilmesi gibi birçok alanda katkı sağladığı görülmektedir. Doğru stratejilerin belirlenmesi ve etkinleştirilmesiyle gastronomi turizmi sektörünün benzersiz katkılar ve avantajlar sağlama potansiyeli bulunmaktadır.

1.2.3. Gastro Turist

Gastro turistler, farklı kültürlerden yiyecek ve içecekleri tatma fırsatı bulan kişilerdir. Ayrıca bu yiyecek içeceklerin sunumu ile alakalı bilgi sahibi olan ve deneyimleme imkânı bulan kişilerdir (Uyar ve Zengin, 2015: 361). Diğer bir ifadeyle, nadir bulunan yemekleri tatmak için farklı ülkelere seyahat eden ve diğer ülkelerde yemek için yeterli boş zamanı ve mali kaynağı olan kişiler için gastro turist tanımı yapılmaktadır (Hatipoğlu, 2010).

Gastro ziyaretçilerinin tanımı genellikle ziyaretçiler ile yiyecek ve içeceklerle ilgili aktiviteler arasındaki ilişkiyi tanımlamak için kullanılır (Mitchell ve Hall, 2003). Gastro turistler aynı zamanda kültürel turistlerdir ve yemek kültürünün ilgilerini çeken tüm yönlerini öğrenmek isterler. Gastronomi turları gastro turistlere eşsiz bir

yemek deneyimi yaşatır. Fransa'nın şarap bölgelerinde yapılan şarap turları, şarap tadım seansları ve şarap evi ziyaretleri yemek turizminin en güzel örnekleridir. Bunların yanı sıra yemek kültürü ile rekreasyon ve bilgiyi birleştiren yemek festivalleri, zengin mutfağı olan bu destinasyonlarda gastronomi ve şarap eğitimi sağlamaktadır (Çalışkan, 2013: 43). Gastro turistleri belirli bir yaş, cinsiyet veya ırka bağlı insanlar değildir. Gastro turistler genellikle bir ülkenin geleneksel mutfağı ve özel yemekleriyle ilgilenir. Cazibe merkezinin yemek kültürü hakkında derinlemesine bilgi ve deneyim edinmeleri temel mottolarıdır. Bununla ilgili deneyimlemeleri yemeklerin ne zaman, nerede ve nasıl pişirileceğiyle de ilgilidir (Hatipoğlu, 2010: 6). Aynı zamanda ziyaret ettikleri yerlerin zengin yemek kültürü ve bu yemeklerin sunulma şekli de bu kültür turisti grubu için önemlidir (Çavuşoğlu, 2011: 529-530). Gastro turistler, destinasyonlarda özellikle yeme-içme ile ilgili festival ve mutfak atölye çalışmalarına katılmakla ilgilenen turistler olarak da tanımlanabilir. En basit seyahat taleplerinden biri yemek deneyimi elde etmektir (Üner, 2014: 19).

Turistlerin gastronomi turizmine olan ilgisi şu şekilde sınıflandırılabilir (Akkulah, 2010: 26);

- **Yüksek ilgili grup:** Ana sebep, ziyaret ettikleri destinasyonlara ait restoranlar, yerel kafeler, yerel yiyecek ve içecek pazarları veya üzüm bağlarıdır. Bu destinasyondaki faaliyetlerin bir kısmı veya tamamı gıda ile ilgilidir. Bu tür turist gruplarının ihtiyaç duyduğu turizm türü, gurme turizmi veya gastronomi turizmi olarak tanımlanabilir.
- **Orta düzeyde ilgili grup:** Hedef ziyaret sırasında grup yerel pazarları, restoranları veya üzüm bağlarını ziyaret edecek ve çeşitli aktiviteler gerçekleştirecek kişilerdir.
- **Düşük ilgili grup:** Bu grup, değişik bir etkinlik olduğunu düşündükleri için yemek festivallerini, restoranları, yerel pazarları veya üzüm bağlarını ziyaret ederler.
- **İlgilenmeyen veya az ilgisi olan grup:** Yemek servisi şirketlerinde seyahat ederken yemek yemeyi tercih eden ve açlıklarını gideren kişiler.

1.2.4. Gastronomi Turizmin Özellikleri

Gastronomi turizminin kendine has özellikleri Uluslararası Mutfak Turizmi Derneği tarafından şu şekilde ifade edilmektedir (Kivela ve Crofts, 2006: 360);

- Gastronomi; görme, ses, koku, tat ve dokunma dahil tüm duyuları kendine çeken bir sanattır.
- Gastronomi turizmi; en popüler turizm türlerinden biri haline gelmiştir.
- Turistler, beslenme ihtiyaçlarını ziyaret edilen bölgenin dışından karşılayabilir, bölgenin yerel lezzetlerini deneyebilir ve onlara farklı zevkler sunan yerli ürünleri keşfedebilirler.
- Gastronomi turizmini tercih edenler genellikle kaşiflerden oluşur.
- Bölgedeki mutfak doğrultusunda, grubun kültürel değerini yansıtan belirli bir yaş, cinsiyet veya etnik gruba ait olma gibi özellikler bulunmamaktadır.
- Diğer turizm türleri gastronomi turizmi ile karşılaştırıldığında; iklim şartlarına ve günün belirli saatlerine bakılmaksızın bunun yapılabileceği görülmektedir.
- Gastronomi turizmi, her yeni turistin etkileşimi nedeniyle insanların yaşam beklentilerini karşılayabilen deneyimsel bir turizmdir.
- Ziyaret edilen bölgede şarap, yerel mutfak gibi özelliklere kültürel ve sosyal aktivitelere (müze, alışveriş, müzik, film, festival) odaklanan turistler arasında yüksek derecede pozitif bir ilişki vardır.

Gastronomi sadece yiyecek ve içecek hazırlama, üretme ve tüketme süreci değil, aynı zamanda kültürel, ekonomik, sosyal ve politik yapılarda var olan bir kavramdır. Son zamanlarda kültür ve turizm açısından ön plana çıkmıştır (Oğuz, 2016: 31).

1.2.5. Gastronomi Turizminin Uluslararası Boyuttaki Yeri ve Önemi

Günümüzde rekabet yoğunlaştıkça şirketler, müşteri ihtiyaçlarını en üst düzeyde karşılarken müşteri sürekliliğini sağlamak için yeni stratejiler geliştirmiştir. Bu tür rekabet koşulları altında ortaya çıkan her yeni ürün ve proje, işletmeye fırsatlarla birlikte tehditler getirebilir. Gastronomi, turizm endüstrisinde bir yatırım aracı olarak kullanıldığında, gelecek vaat eden bir ekonomik gelir kaynağı haline gelebilir. Örnek verilecek olursa, Akdeniz ülkeleri (İspanya, İtalya ve Fransa) gastronomik aktiviteler ile turistik imajları artırmıştır (Dilsiz, 2010: 20).

Avrupa'da yemek turizmi için en popüler ülkeler Fransa, İspanya, İtalya, Portekiz ve İrlanda'dır. Yemek turu sırasında gerçekleştirilen faaliyetler (Kesici, 2012); Yerel peynir üreticilerini ziyaret etmek, peynir yapımı kurslarına katılmak, kırsal kesimde trüf avcılığı, yerel pazarları ziyaret etmek, zeytinyağı tadımı ve zeytinyağı üreticilerini ziyaret etmek, ünlü aşçılardan yemek kursları, steakhouse turları, bağ ve

bağ etkinlikleri, şarap tadımı ve üretici ziyaretleri, yerel mutfak ve içecek festivali ziyaretleri ve evde yemek pişirme dersleri olarak sayılabilir.

Uluslararası turist profiline bakıldığında kültür turizmi türleri öne çıkmaktadır (Küçükaltan, 2009). Dünyada, Avrupa'da ve hatta ülkemizde yiyecek ve içeceklere daha fazla önem verilmektedir. Fransa, İtalya, İspanya, Portekiz, Yunanistan, Belçika, Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, Brezilya, Peru, Meksika, Şili, Güney Afrika, Çin, Hong Kong, Hindistan, Avustralya, Yeni Zelanda, Singapur, Kore, Japonya, Endonezya, Bali Malezya ve Tayland gibi ülkelerin imajında yemek kültürü değerleri etkilidir. Gastronomi turizm sektöründe öne çıkan bu ülkeler, turizm pazarının rekabet ortamında avantajlara sahiptir. Bu ülkeler, turistler için yiyecek ve mutfak çekiciliğinin farkındadır, bu nedenle gıda turizmi için stratejik bir plan oluşturmuşlardır (Kivela ve Crofts, 2006). İtalya dünya çapında zeytinyağı, spagettisi ve pizzası, İspanyol tapası, Fransız peyniri ve şarabı, Belçika ve İsviçre çikolatası, Kosta Rika kahvesi ve Japonya ve Sri Lanka çayı ile popülerdir. Seyahat acenteleri ağırlıklı olarak Uzak Doğu Asya, İtalya ve Fransa'ya yemek turları düzenlemektedir. Örneğin Toscana bölgesinde yemek pişirme dersleri ve tatil fırsatları sağlar. Melbourne ve Sydney'deki restoranlar genellikle yiyecek ve şarap pazarlarıdır. Barcelona her yıl 500'den fazla yeme içme etkinliğine ev sahipliği yapmaktadır (Güzel ve Apaydın, 2016).

TÜRSAB Gastronomi Turizmi Raporu'na (2015) göre Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), turistlerin %88,2'sinin yemeğin önemli olduğuna inandığına işaret etmektedir. ABD, yemek turizmi ile ilgili 39 faaliyette dünya lideridir. Dünyada yemek turizminde en aktif olan 50 gastronomi ülkesinde toplamda 33 bin 522 işletme bulunurken ABD'de 17.879 şirket gıda turizmiyle ilgilenmektedir. Her turistin harcadığı 828 doların, 157 doları yemek için harcanmaktadır. Dünya çapında gastronomi turizmi yapan kuruluşlar arasında yaklaşık %80'i gastronomik faaliyetlere yönelik ürünler ürettiklerini belirtmektedir. Bunu gastronomi turları ve gastronomi workshopları izlemektedir.

2004 yılında kurulan Yaratıcı Şehirler Ağı, Gaziantep dahil 47 şehrin gastronomi şehirleri olduğunu duyurdu. Listede Popayan (Kolombiya), Chengdu (Çin), Östersund (İsveç), Jeonju (Güney Kore), Zahle (Lübnan), Florianopolis (Brezilya), Shunde (Çin), Tsuruoka (Japonya), Phuket (Tayland), Rasht (İran), Bergen (Norveç), Belem (Portekiz), Ensenada (Meksika), Tucson (Arizona), Denia (İspanya), Burgos

(İspanya) gibi şehirler bulunmaktadır. Bu şehirler listeye dahil edildiğinde gelişmiş bir gastronomik yapı, çok sayıda geleneksel restoran ve şefin bulunduğu canlı bir gastronomi topluluğu, geleneksel gastronomik uygulamalar ve yöntemler gibi ölçütler alınmaktadır (UNESCO Creative Cities Network, 2020). Sonuç olarak, bu şehirler çok sayıda turist çekmekte ve ağa dahil olan şehirler olumlu bir destinasyon imajı oluşturmaktadır.

Araştırmalar incelendiğinde, gastronomi turizminin uluslararası turizm faaliyetlerinin büyük bir kısmında pay sahibi olduğunu görülmektedir. Festivaller, sempozyumlar, kongreler, gastronomik turlar, aşçılık workshopları, gastronomi eğitimleri, paneller ve gıda fuarları gibi alanlarda yemek turizminin uluslararası düzeye taşındığı, gıda turizminin turizmdeki konumunun ve öneminin giderek artacağı öngörülebilmektedir.

1.2.6. Gastronomi Turizminin Ulusal Boyuttaki Yeri ve Önemi

Gıda, turizm ile yakından ilgilidir ve yemek, turizm için çok önemli bir kaynaktır. Bu tür gıda temelli turizm aşçılık turizmi, gurme turizmi, şarap tadım turizmi, gastronomi turizmi ve bunun yanında yiyecek turizmi de denmektedir. Bu turizm türü genellikle alkollü ve alkolsüz içecekleri içerir. Gastronomik kimlik, bir bölge için önemli bir farklılık, ilerleme ve gelişme süreci sağlar. Bu nedenle mutfak, ekonomik kalkınma ve destinasyon gelişimi için önemli bir statüdedir (Henderson, 2009: 318-321).

Türk mutfağı çok zengin bir mutfak kültürüne sahiptir. Türk yemekleri; Orta Asya/İç Asya'da Türk yemek kültürü, Karahanlı-Memlükler döneminde Türk yemek kültürü, Anadolu Selçuklu ve Beylikler döneminde Türk yemek kültürü, Osmanlı'da Türk yemek kültürü, Cumhuriyet dönemi Türk yemek kültürü olmak üzere beş ana döneme ayrılmaktadır (Üner, 2014).

Osmanlı mutfağı denilince akla ilk gelen yemek sanatı, yemek kültürü ve zengin sofralar gelmektedir. Saray mutfağının kendine has tasarımı, düzeni ve kuralları vardır. Divan mutfak, Ağalar mutfağı, Has mutfağı ve Helvahane bölümlerini içermektedir. Restoran, günümüzdeki anlamıyla 19. yüzyılın sonlarında Osmanlı İmparatorluğu'nda açılmıştır. İstanbul'da 1890'larda ve 1920'lerde Avrupa mutfağından yemekler sunan otel restoranları popüler hale gelmiştir (Akgöl, 2012). Türkiye köklü bir geçmişe sahiptir ve gastronomi turizmi için tercih edilen bir ülkedir. Adana, Mersin, Hatay, Urfa ve Mardin gibi yöresel lezzetleri ve değerli

yemek turizmiyle ünlü şehirleri vardır. Araştırmaya göre bölgeye gelen turistlerin %20- 25'i gastronomi turizmi amaçlı tercih ettiği tespit edilmiştir (Aslan, 2010).

Ankara Ticaret Odası ve Ankara Patent Ofisi tarafından yapılan araştırmada 81 ilin “Türk Lezzet Haritası” yer aldı. Türkiye’de 2205 çeşit yöresel yiyecek ve içecek belirlenmiştir. Bu araştırmaya göre Gaziantep 291 çeşit yiyecek, içecek ve tatlı ile birinci sırada yer aldı. Elâzığ, bu çalışmada en bol bulunan ikinci lezzetli mutfak olarak belirlenmiştir. Bölge temelli sınıflandırmada İç Anadolu bölgesi 455 çeşit yiyecek ve içecek çeşidi ile ilk sırada yer almaktadır. Güneydoğu Anadolu bölgesi 398 yiyecek ve içecek çeşidi ile ikinci sırada yer almaktadır. Karadeniz bölgesi 397 çeşit yiyecek ve içecek çeşidi ile üçüncü sırada yer almaktadır. Sırasıyla 184 ve 162 çeşitle Akdeniz ve Marmara bölgeleri yakından takip etmektedir (Cömert ve Özkaya, 2014).

TÜRSAB Gastronomi Turizm Raporu (2015), Türkiye’nin turizm gelirlerinde en büyük payı yiyecek ve içecek oluşturduğunu göstermektedir. Toplam gelirden %20 ile 25 arasında yiyecek ve içecek harcamaları ilk sırada yer almaktadır. Türkiye’de turist başına harcama 828 dolar, bunun 157 doları yiyecek ve içecek için kullanılıyor. Yurt içinde ve yurt dışında tanıtım için coğrafi işaretli ürünler, yani kamu kurumlarınca onaylanmış belirli bir alana özgü ürünler çok önemli bir yere sahiptir. Zengin Türk mutfağında tescillenmiş ürün sayısı şimdilik çok azdır. Türk Patent Enstitüsü’nden coğrafi işaret belgesi almış gıda sayısı 124’tür. Coğrafi işaretler için Türk Patent Enstitüsü’ne başvuran ve başvurunun sonuçlanmasını bekleyen gıda maddesi sayısı 185’tir. Şanlıurfa en fazla sayıda tescil için bekleyen ilimizdir. Bu nedenle coğrafi işaretli 26 yemeğin kaydını beklemektedir. Gastronomi, kültürel değer açısından da çok önemlidir. Bu bakımdan, UNESCO’nun “İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi” büyük önem taşımaktadır. Nitekim 28 Kasım 2011 yılında yaptığı başvuru çerçevesinde Keşkek Geleneksel Tören Keşkeği (2011), Mesir Macunu Festivali (2012) ve Türk kahvesi ve geleneği (2013) bu listeye girmiştir. Gastronomi turizmi sektörü için bir başka turizm türü olan alternatif turizmi giderek daha önemli hale geldi ve Türk turizmcileri çabalarını hızlandırdı. Amaç, Antep, Şanlıurfa, Adana, Hatay ve Mardin gibi yerel Türk mutfaklarını başta Japonya olmak üzere Uzak Doğululara tanıtmaktır. Ekonomik hedef, yiyecek ve içecek harcamalarını yabancı turist başına 157 dolardan 250 dolara çıkarmaktır.

Gastronomi turizmi, yöresel lezzetlerin üretilmesiyle bölge ekonomisi üzerinde pozitif etki yaratmaktadır. Gastronomi turizmi hareketliliği ile çevresel koşullardan endişe duyulsa da yöreseli satın alma modeli ve karbon ayak izini azaltma özellikleri sayesinde sürdürülebilir turizm alanında önemli bir konuma sahiptir. Bu işleve ek olarak, küresel turizm bölgeleri de turist çekmek için birbirleriyle rekabet etmekte ve gastronomi turizmi onlara daha fazla çekicilik oluşturma fırsatı vermektedir (Sims, 2009: 322).

Destinasyon olarak belirli bir bölgenin seçilebilmesi için bölgenin aynı zamanda bir turizm ürünü işlevi de taşıması gerekir. Bu işlevler (Şengül ve Türkay 2016a: 87): “Çekicilik”, “Erişilebilirlik”, “Turizm İşletmeleri”, “Etkinlikler” ve “İmaj” olmak üzere beş başlık altında toplanmaktadır. Çekicilik bir yeri diğerine tercihteki farkı; erişilebilirlik turistik bölgelerde turizm şirketlerinde ürün erişilebilirliğindeki zorluk veya kolaylık derecesini; turizm işletmeleri ürünlerin üretilmesine veya satılmasına yardımcı olan konaklama veya yiyecek içecek işletmelerini; etkinlikler bölgedeki fuarlar, festivaller, sergiler ve diğer faaliyetlerini; imaj ise bölgenin insanlar arasında yarattığı duyguyu ifade etmektedir.

Destinasyonun çekici unsurlarından biri olan bölge mutfağı rekabet açısından oldukça önemlidir. Yöresel mutfağı oluşturan yiyecek ve içecekler, bölgeye özgü bir olgudur ve mevcut sermaye miktarını artırarak bölgesel ekonomik kalkınmayı da teşvik etmektedir (Kızılırmak vd., 2014: 77). Bununla birlikte gastronomi turizmi, insanların belirli bir ülke veya bölgedeki yiyecek ve içeceklerle ilgili deneyimlerini ve tecrübelerini ifade eden bir kavram olarak öne çıkmaktadır (Karim ve Chi, 2010: 532). Bu bağlamda gastronomi turizmi alanının yiyecek ve içeceklerinin bölgeyi ziyaret eden kişiler için çekicilik unsuru yarattığı söylenebilir.

Gastronomi turizmi kapsamında çekicilik unsurlarından biri de büyük önem taşıyan yöresel yiyecek ve içeceklerdir. Ayrıca insanların bir yerden başka bir yere gitmek istemelerinin nedenlerinden biri de kültürel değerlerdir. Mevcut yapısında bir ülke veya bölgenin kültürel değerlerinden biri de şüphesiz gastronomi kültürüdür. Bu durumda yöresel yiyecek ve içecekler, bölgeye gelen yerli veya yabancı turistlerin merakını uyandıran temel çekicilik unsuru olduğu söylenebilir. Bu yiyecek ve içecekler, ziyaret edilen bölgenin kendine özgün gelenekleridir ve bölge sakinlerinin yemek kültürünü yansıtır. Bu nedenle ikinci bölüm, çalışmanın temel konusu olan yöresel yiyecek içecekler ve Niğde mutfak kültürüne ayrılmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

YÖRESEL YİYECEK İÇECEKLER VE NİĞDE MUTFAK KÜLTÜRÜ

2.1. Yöresel Yiyecek ve İçecekler

Yemek, kültürdeki en önemli unsurlardan biridir. Belirli bir bölgedeki yöresel yiyecek ve içecekler o bölgeyi farklı kılar. Günümüzde dışarıda yemek yiyenler sadece açlığı gidermekle kalmayıp, yemek sırasında da farklı deneyimler yaşamaktadır (Yüncü, 2010).

Yöresel yiyecek ve içeceklerin, tamamen somut olmayan bir kültürel mirasın parçası olduğu söylenebilir. Aynı şekilde her bölgenin kendine özgü yemek kültürü ve lezzeti vardır. Bu yemek kültürünün oluşmasında ve yerleşmesinde yerel halkın yaşam tarzı, kültürel özellikleri ve inançları gibi somut olmayan kültürel değerlerin çok önemli olduğu söylemek mümkündür (Çakır, Sezer ve Küçükaltan, 2014: 49). Yöresel yiyecek ve içeceklerin turizmde kültürel bir unsur olarak kullanılması, yerel geleneklerin ve kültürün korunmasını sağlar. Bu aynı zamanda yerel halkın kültürel miraslarını koruma bilincinin farkında olmasını sağlar.

Kısacası bir toplumun kültürel değeri, sadece yaşam tarzı için değil, aynı zamanda beslenme alışkanlıkları için de etkilidir. Bu nedenle farklı toplumlarda farklı beslenme alışkanlıkları, yemek türleri, farklı tatlar, farklı pişirme ve saklama yöntemleri görülebilmektedir (Albayrak, 2013: 5052).

Yöresel yiyecek ve içecekler için düzenlenen seyahatlerin önemi turizm yelpazesi içinde her geçen gün artmaktadır. Yapılan seyahatler ile yerel halkın ve etkinliğin yapıldığı bölgenin kalkınmasına ve gastronomi açısından imajına önemli katkı sağlamaktadır. Ayrıca bu seyahatler, bölgenin ve ülkenin kalkınmasında önemli rol oynayan stratejik öneme sahip faaliyetler olarak tanımlanmaktadır (Bucak ve Aracı 2013: 203).

Kısaca yemekler bulunduğu yerden alınarak başka kültürlerle dahil edilemediği için, bu yemekleri ülke veya bölge olarak tanımlamak kolaydır. Yerel yiyecek ve

içeceklerin turizmde kültürel bir unsur olarak kullanılması, yerel geleneklerin ve kültürün korunmasını sağlar. Bu aynı zamanda yerel halkın kültürel miraslarını koruma bilincinin farkında olmasını sağlar.

Yöresel rnler; bölgenin kültürel mirasının diğer kültürlere aktarılmasında etkili bir faktör olarak kabul edilen, halkının coğrafyasını, kültürünü ve yaşam tarzını temsil eden bir unsurdur. Bu nedenle yöresel ürünler; destinasyon pazarlaması ve imaj oluşturma faaliyetlerinde de rol oynar ve ait oldukları bölgenin genel özelliklerinden etkilenip genel kültürü yansıttığı için gastronomi turizm sektörünün cazibe merkezlerinden biri haline gelir (Durlu zkaya vd., 2013).

Ayrıca yiyecekler ucuz olduğu ve nispeten taşınması kolay olduğu için, hediyeelik eşya olarak talep oluşturması özellikle önemlidir. Yöresel gıda ürünlerinin hediyeelik eşya olarak önemi; yöresel gıda ürünlerinin o yöreye özgü veya o bölgede meşhur olması ile yakından bağlantısı vardır (Okuyucu, 2011: 93).

Ziyaret edilen alanlarda yemekleri yemek, ziyaretçilere yerel halkın yaşam tarzını ve kültürünü anlamak için benzersiz ve keyifli bir deneyim sağlar. Zira yemek, kültürün ayrılmaz bir parçasıdır. Kültür, hangi yemeği yediğimizin ve onu nasıl yediğimizin ana belirleyicisidir. Yeme alışkanlıkları kültürel faktörlere bağlı olduğundan, çok geen yaşta öğrenilir ve zamanla değiştirilmesi zordur. Toplumsal hayatta beslenme kültürü ile yaşam tarzı arasında yakın bir ilişki vardır ve yaşam tarzı ve standartlardaki değişiklikler beslenme kültürünün zamanla değişmesine neden olacaktır. Tüm toplumlarda ortak davranış kalıpları olmasına rağmen, bu davranışların biçimleri toplumdan topluma değişmektedir. Toplumun ekonomik yapısı ve bu yapıların oluşturduğu günlük alışkanlıklar mutfağın temel belirleyicileridir (Tezcan, 2000).

Beslenmede ortaya çıkan çeşitlilik, insanları fizyolojik ihtiyaçlarının, yani beslenme ve yaşamı sürdürme amaçlarının ötesinde tat ve haz almaya yönlendirir. Bu nedenle, farklı ülkelerden ve bölgelerden temin edilen farklı besinleri yöresel gıdalarla birleştirerek yeni pişirme yöntemleri ortaya çıkmıştır. Coğrafi faktörler, yemeklerin oluşmasında özel bir rol oynamaktadır. Bunun sonucunda da bölgesel ve hatta “yöresel mutfaklar” ortaya çıkmıştır (Deveci vd., 2013).

2.1.1. Yöresel Mutfak ve Yöresel Yemek Kavramı

Yöresel mutfak, belirli bir bölgeye özgü yiyecek ve içeceklerin yerel özelliklere sahip olduğunu ve belirli bir alana ait olduğunu anlatmak için kullanılan bir

kavramdır. Yöresel mutfak kavramının içerisinde yiyecek ve içeceklerin dışında yöreye özgü pişirme teknikleri, kullanılan araç gereçler, gelenekler gibi birçok bileşen bulunmaktadır. Bu unsurların en önemli çıktısı yöresel yemeklerdir (Şengül ve Türkay, 2017).

Yöresel yemek, dini veya milli etkiler altında oluşmuş sosyal ve kültürel unsurlara sahip yöreye ait yemekler olarak tanımlanabilir. Bu yemekler yöresel malzemelerden veya pişirme yöntemlerinden yararlanılarak elde edilmekte ve bölge halkının beslenme yapısını ortaya koymaktadır (Şengül, 2017: 228).

Yöresel mutfak kültürü, dünya çapında çeşitlilik yaratan ve toplumun kültürünü, yaşamını ve tarihini yansıtan somut olmayan bir kültürel varlık olarak kabul edilmektedir (Çağlı, 2012:40). Bölgedeki en değerli cazibe merkezlerinden biri olarak nitelendirilen yöresel mutfak, bölgenin somut olmayan mirasının bir yansıması olarak görülmekte ve ürünü tüketen turistlere otantik bir kültürel deneyim sunmaktadır (Güneş vd., 2008).

Yöresel mutfak, halk kültürünün en önemli unsurudur. Mutfağın temelini, yerel coğrafyanın sağladığı doğal yiyeceklerin kullanılması belirler. Mutfaktaki yerel özelliklere sahip her uygulama, önemli ihtiyaçların temelini oluşturan beslenme ihtiyaçlarını doğal bir şekilde karşılayacak şekilde tasarlanır. Ortaya çıkan yöresel mutfağın girdisi belirlenirken; bölgenin iklimi hayvancılığa uygun olsa da bölgede yetişen yiyecekler ve avlanma olanaklarının varlığı önemli bir faktördür. Yöreye yerleşen kişilerin inanç ve kimlik özellikleri; yemek tariflerinin, pişirme tekniklerinin ve yiyecek tedarik yöntemlerinin belirlenmesinde rol oynamaktadır (Gürsoy, 2013: 12). Yöresel mutfağın ortaya çıkmasını etkili bir şekilde teşvik edebilecek bazı faktörler vardır. Bunlar şu şekilde sıralanabilir (Şengül ve Türkay, 2015);

- Tarihsel geçmiş,
- Coğrafi özellikler,
- Milli etkiler,
- Dini etkiler,
- Gelenek ve görenekler,
- Beslenme alışkanlıkları,
- Yöresel yiyecek ve içecek ürünleri,
- Mevsimsel özellikler.

Yöresel mutfak kavramı; ekonomi, turizm, kültür, yemek, beslenme, pazarlama ve sürdürülebilirlik gibi konuları içerir ve bu disiplinlere göre analiz edilir. Bu durum, yöresel mutfağın çok boyutlu yapısını ortaya koymakla kalmaz, aynı zamanda toplum yaşamına olan önemini de yansıtmaktadır (Şengül ve Türkay, 2017).

Gastronomi turizmi çerçevesinde çok önemli bir yere sahip olan yöresel yiyecek ve içecekler, ister gastronomi turizmi olsun isterse diğer turizm türleri kapsamında olsun birçok turistin ilgisini çekmekte ve tercihlerini etkilemektedir. Bu tercihlerin yerel halk ve ekonomi üzerindeki etkisi tüm bölge için önemli bir fayda faktörü olabilmektedir. Yöresel mutfak kültürü giderek önem kazanmakta ve teknolojinin gelişmesi nedeniyle turistler yöresel mutfak kültürüne daha hızlı erişebilmekte, bölgeye gitmek isteyenlerin dikkatini çekmektedir. Sosyal medya kanallarının artması, insanların araştırma yapmasının ve paylaşılan yerel yemekler hakkında fotoğraf ve yorum almaya çalışmasının önemli nedenlerinden biridir.

Eryılmaz (2014), sosyal medyanın müşteri tercihleri üzerindeki etkisini incelemiş ve sosyal medyanın, destinasyonlarda ve turizmde kültürlerini tanıtmak ve pazarlamak için önemli bir araç olduğunu tespit etmiştir.

2.1.2. Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Turizmdeki Yeri ve Önemi

Yemek ve turizm arasındaki ilişkinin önemi yadsınmamakta ve insanların destinasyon seçimi için yerel mutfağın gerekli olduğu vurgulamaktadır. Turizm sözü konusu olduğunda yöresel yemek ve kültür arasındaki ilişkiyi değerli kılan unsurlardan biri de destinasyona getirdiği özgün kimliktir (Çalışkan, 2013: 41).

Yöresel mutfağın turizm faaliyetlerinde yer almaya başlaması 1920'li yıllara dayanmaktadır. Yaşam standartlarının iyileştirilmesiyle birlikte insanlar boş zamanlarına giderek daha fazla önem vermiş, teknolojinin gelişmesi nedeniyle insanlar çevreyi keşfetmeye başlamış, ziyaret edilen yerlerin temel yiyecek ve içeceklerinden gereksinimlerini karşıladıkları görülmüştür. Turizm sektörünün gelişmesinde yöresel mutfağın önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Farklı ülke ve bölgelerdeki yöresel yemeklerin lezzetlerini tatmak için gurme tavsiyeleri ilk defa 1901 yılında Michelin lastik şirketinin sürücüler için hazırladığı bir rehberde yer almaya başlamıştır (Kızılırmak vd., 2016: 259).

Günümüz turistleri, ziyaret ettikleri bölgenin kültürüyle harmanlanmayı sevmekte ve o kültürün tüm unsurlarını görmek istemektedir. Bu nedenle ülkeler, turizm

pazarındaki bu değişime uyum sağlamak için yerel ve kültürel değerleri ön plana çıkararak diğer bölgelerden farklılaşmaya çalışmaktadır (Yüncü, 2010: 28).

Bu farklılaşma için çabalayan tüm ülkeler, yerel mutfaklarını kültürel değer ve turistik cazibe unsuru olarak görmektedir. Her destinasyonun gittikçe birbirine benzemeye başladığı dünyada, özellikle küreselleşme bağlamında, turistler de farklı kültürleri ve günlük yaşamları deneyimlemek istemektedir. Bu amaçla turistler artık somut olmayan yerel kültür varlıklarla, mevcut yaşam deneyiminde kendi kültürünü taşıyan yerel halk ve yerel kültürle daha çok ilgilenmektedir. Bu talebe bağlı olarak, somut olmayan yerel kültür varlıklarına dayalı turizm türleri günümüz turizm endüstrisinde artan talep göstermiş, birçok ülke az gelişmiş bölgeleri geliştirmek için turizmde soyut yerel kültür varlıklarını kullanmaya başlamıştır (Çağlı, 2012: 1). Günümüzde insanlar, turizm ürünlerini desteklemek için gastronomik mirası giderek daha fazla kullanmaktadır. Yiyecek ve içecekler; sadece yerel halkın, ekonominin, toplumun, tarihin ve kültürün bir ürünü olmanın yanı sıra tarih boyunca yerel yaşam tarzından da etkilenmiştir (Yarış, 2014: 15).

Yiyecek ve içecek sektörü ile turizm arasında iki yönlü bir ilişki vardır. Bunlardan biri yöresel yemekleri turistik bir ürün olarak kabul etmektir. Diğeri ise bölgeye gelen turistlerin memleketlerine döndüklerinde yöresel yiyeceklerin ihracatı ile ilgili teşebbüste bulunmalarındır. Dolayısıyla turistlerin gittikleri ülkelerde farklı yemeklerin tadına baktığı ve dönerken sempati gösterdiği bu ülkeler için bir reklam aracı olarak kullanılabilir (Yüncü, 2010: 30).

Turistleri bir ülkeyi veya bölgeyi ziyaret etmeye çeken ana faktör, yerin çekiciliğidir. Kültürel ve tarihi değerler, sanatsal aktiviteler, spor aktiviteleri, eğlence, alışveriş imkanları ve gastronomi bir bölgeyi diğer bölgelerden ayıran en önemli çekim unsurları haline gelmektedir. Bir turizm ürünü olarak bölgenin mutfak mirası her geçen gün daha önemli hale gelmekte ve turizm pazarlamasında da kullanılmaktadır (Cömert, 2014: 65). Gastronomi turizmi deneyiminin bölgenin tüm yönleriyle birleştirmenin en iyi yolu bölgedeki otellerin veya restoranların menülerine yöresel yiyecek veya içecekleri dahil etmeleridir. Turizm işletmelerinin ürettiği yöresel yemekler, bölgeyi ziyaret eden turistlere önemli bir cazibe oluşturarak yörenin yöresel yemeklerini tatma fırsatı sağlar (Bucak ve Aracı, 2013: 208).

Yöresel yiyecekler, yaşam tarzını ve kültürü yansıttığı için bölgeye turist çekmede anahtar rol oynar (Karim ve Chi, 2010: 534). Ayrıca yemek tüketimi,

destinasyonların, pazarlama ve tanıtım yöntemlerinin yadsınamaz cazibesi olan ziyaretçilere unutulmaz bir deneyim yaşatır. Bu nedenle ülkeler yöresel yemek kültürünü korumalı ve bu yemek kültürünü yansıtan pazarlama politikaları benimsemelidir (Gökdeniz vd., 2015: 8).

Sonuç olarak, insanların seyahat tercihlerinin yemek kültürünün oluşması, iç ve dış turizm talebini canlandırmak için turistlerin ilgisini çekerek ve turizm gelirini artırarak bölgenin gelişimini etkileyen önemli faktörlerden biri olarak görülmektedir (Gökdeniz vd., 2015: 9).

2.1.3. Yöresel Yiyecek ile Gastronomi Turizmi İlişkisi

Yöresel mutfağa olan ilgi nedeniyle önemi gün geçtikçe artmaktadır. Bu sayede bir turizm ürünü ve önemli turizm faaliyetlerinden biri haline gelmiştir. Destinasyonlar da yöresel yiyecek ve içecekleri pazarlama aracı gibi kullanarak marka değeri yaratacaktır. Yöresel yiyecek ve içecekler, turizm pazarında yeni bir turizm alanı olan “gastronomi turizmi” oluşmasında etkili rol oynayacaktır (Çelik, 2017: 21).

Yemek, kültür ve mutfak olguları insanları birbirine yaklaştırır ve bu alanda yapılan reklamlarda, ülke veya bölge tanıtımında önemli bir yere sahiptir. Yemek kavramı, insanların boş zamanlarında bir aktivite haline gelmiştir. Yemeklerin bölge kültürüyle bütünleşmesi ve turistlerin ilgisini çekmesi nedeniyle yurt içi ve yurt dışında turizmin canlanmasında etkili olmuştur (Belpınar, 2014: 17-18).

Halkın turizm algısına olan ilgisi ve turistlerin ihtiyaçları hızla değişmektedir. Bu değişiklikler, çeşitlendirilmiş turizm ürünlerine olan talebi artırmıştır. Bu talebi karşılamak için alternatif turizm (sağlık, kültür, spor, inanç turizmi) türlerinin giderek daha önemli hale geldiği gözlemlenmiştir. Özellikle son zamanlarda alternatif turizm türlerinde gastronomi turizmine olan ilgi de dikkatleri üzerine çekmiştir. Bunun nedeni, gastronomi turizminin her mevsim yapılabilen ve turizmin coğrafi dağılımının dengesinin bir unsuru olması ve çeşitli ve özgün eğlence aktiviteleri nedeniyle birçok turizm türüne entegre edilebilen bir turizm çeşidi olmasıdır (Kesici, 2012: 34). Destinasyonda yöresel yiyecek ve içeceklerin bulunması veya sadece yörede üretilen hammaddelerin yemeklerin tadına bakılması ve üretim aşamasının gözlemlenmesi gibi faktörler turistleri burayı tercih etmeye motive etmektedir (Gökdeniz vd., 2015: 4).

Yöresel yiyecek ve içecekler de destinasyonun çekiciliğini artırabilecek kültürel bir tanıtım aracı olarak tanımlanmıştır. Yöresel mutfağın tanıtılmasına, geleneksel

mutfak bilgisinin gelecek nesillere aktarılmasına ve geleneksel lezzetlerin gelecek nesillere öğretilmesine önemli katkılar sağlamıştır. Dünyanın pek çok destinasyonunda yöresel yiyecek ve içecekler destinasyonun imajını şekillendirmede çok önemli bir rol oynamaktadır. Gastronomi turizmi, turistlere destinasyonun öz kültürünü sunar ve turistlerin yöresel ürünleri tüketerek gerçek bir kültürel deneyim yaşamalarına olanak sağlar (Okumuş, Okumuş ve McKercher, 2007).

Bir destinasyona rekabet avantajı sağlayacak faktörlerden biri de yöresel yiyecek ve içeceklerdir. Yöresel pazarlar, yemek festivalleri, yöresel peynir üreticileri, zeytinyağı üreticileri, üzüm bağları, arıcılık ve mantar yetiştirme vb. unsurlar turistler için dikkat çekmektedir. Yukarıdaki bahsedilen unsurlar, bol miktarda olup gastronomi turizmi için avantaj sağlayacaktır (Kesici, 2012: 36).

Destinasyonda üretilen yiyecek ve içeceklerin orijinalliği, turistlerin destinasyonu yeniden ziyaret etme istekliliğini etkileyecektir. Destinasyon tarafından sağlanan yöresel yiyecek ve içecekler, insanlara hoş bir atmosfer ve mükemmel hizmet verecektir. Karşılaştırmalı bir bakış açısıyla, bireyler bu destinasyonları diğer alternatiflerine tercih ederler. Yöresel yemek yiyen turistlerin memnuniyetini ve destinasyona bağlılığını etkiler. Sürekli değişen turizm trendlerine paralel olarak, insanların yerel değerlere olan ilgisi günümüzde artmaktadır. Mutfak kültürü ve yemek kavramları bu değerlerden biridir ve toplumun önemli kültürel miraslarındandır. Bu bakımdan yöresel mutfağın değerinin özgünlüğü turizm potansiyeli açısından destinasyonları farklı kılmaktadır (Karacaoğlu vd., 2015: 43-44).

2.1.4. Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Gastronomi Turizmine Etkileri

Gastronomi turizminin meydana gelmesini sağlayan ve turist olarak nitelendirilen insanların algılarında meydana gelen bazı değişiklikler, gastronomi turizmine dikkat çekebilir ve insanların ilgisini artırabilir. Gastronomi turizminin yılın her mevsiminde yapılabilecek özelliklere sahip olduğu kaçınılmaz ki bu da ilginin artmasında önemli bir etkidir. Molz (2007: 77) göre bu turistlerin gezilerinin amacı, yöresel tatları buldukları yerlerde ve farklı destinasyonlarda deneyimlemek veya bu yöresel yiyecek ve içecekleri ikamet ettikleri yerlerde alıp tüketmektir. Bölgedeki yöresel yiyecek ve içeceklerin bölgede gastronomi turizminin gelişmesinde tek itici güç haline geldiği, bölgedeki turist sayısını artırdığı, böylece bölgenin

sürdürülebilirliğini ve somut olmayan kültürel mirasın oluşumunu ve devamlılığını sağladığı kabul edilmektedir.

Yöresel özelliklere sahip yiyecek ve içeceklerin farklı özelliklerinden dolayı bu yiyecek ve içeceklerin buldukları bölgeye göre yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekebileceği ve odak noktası haline gelebileceği kaçınılmaz bir sonuçtur. Bu durumda yöresel yiyecek ve içeceklerin gastronomi turizmi üzerindeki etkisi şu şekilde özetlenebilir;

- Gastronomi turizmi söz konusu olduğunda, yöresel yiyecek ve içecekler bölgenin kalkınmasına katkıda bulunabilir. Bu sayede canlılık kazanmış bölgeler bu durumdan ekonomik kazanç sağlayabilir. Bölgede yaşayan insanlar refahlarını artırma fırsatına sahip olabilir.
- Toplumun geçmişinden dolayı, yöresel yiyecek ve içecekler herhangi bir bölgede veya yörede gastronomi turizmi oluşumunu teşvik edebilir.
- Yöresel yiyecek ve içeceklerin, bir veya daha fazla bölgenin uluslararası ve ulusal tanınırlığı ve sesi üzerinde olumlu bir etkisi olabilir. Bu sayede her alanın kimliğinin unutulmasının önüne geçilebilir.
- Yöresel yiyecek ve içecekler, insanların merakını uyandırabilir ve insanların ilgisini çekebilir, böylelikle bölgede gastronomi turizmi sektörü yıl boyunca deneyimlenebilir ve geliştirilebilir.
- Gastronomi turizmi bağlamında, yöresel yiyecek ve içecekler çeşitlendirmeyi teşvik edebilir ve faaliyetlerinin sayısını artırabilir.
- Bölgeye çekicilik katan yöresel yiyecek ve içecekler, gastronomi turizmin yaşamı ve işleyişinde rol oynayan gastronomi konsept şirketlerinin sayısının artmasını sağlayabilir. İşletme sayısındaki artış, bölgede işsizliğin azalmasına neden olabilir.

Sonuç olarak yöresel yiyecek ve içeceklerin gastronomi turizmi üzerindeki etkisi kaçınılmazdır. Gastronomi turizmi nerede faaliyet gösterirse yöresel yiyecek ve içecekler sayesinde bulunduğu bölgeye fayda sağlayarak evrensel bir nitelik kazanmasına fırsat tanıyacağı düşünülmektedir.

2.2. Niğde Mutfak Kültürü

Turizm sektöründe yiyecek ve içecek algısı; konaklama, ulaşım, çekicilik, gezilecek yerler ve turistik aktiviteler kadar önemlidir. Bölgenin yemek kültürü, bölgenin iklimine ve doğal ortamına bağlıdır. Bölgenin iklimi, hangi gıdanın yetiştirileceğini

ve nasıl korunacağını belirler. Bu nedenle, her bölgenin kendine has tatları ve koruma yöntemleri vardır (Hjalager ve Corigliano, 2000). Bu bölgenin kültür ve özelliklerini diğer bölgelerden ayıran faktörlerden biri de yöresel mutfağıdır (Long, 2004). Hemen hemen her coğrafi bölgenin kendi mutfak kültürü vardır (Ballı, 2013). Yöresel ürünler ve lezzetler bölgeyi turizm açısından öne çıkarmakta, bölgenin tanıtımına ve ekonomisine katkı sağlamakta ve bulunduğu yeri tercih edilen bölge yapmaktadır (Şahin Perçin ve Keskin, 2019).

Niğde, köklü bir tarihi geçmişe, önemli arkeolojik ve sanatsal yapılara sahiptir. Bundan dolayı bölgede kayda değer turizm potansiyeli mevcuttur (Çetin, 2018).

Niğde, İç Anadolu bölgesinin gastronomi merkezi olmaya aday bir konuma sahiptir. Günümüzde birçok medeniyete ev sahibi yapmış olan Niğde, 10.000 yıllık bir yerleşkeye, ipek yolu ve kral yolu gibi önemli yol güzergahlarında olması sebebiyle kendine has, zengin kültürel yiyecek ve içecekleri mutfağında toplamıştır. Görkemli bir geçmişe sahip olan Niğde, her dönem birçok farklı etnik yapıya ev sahipliği yapmıştır. Bununla beraber her kültürün bir parçasını günümüze kadar taşıyarak kendine özgü gastronomi kültürünü ortaya çıkarmıştır. Geçmişten günümüze pek çok yöresel lezzetlere ev sahipliği yapmış olan Niğde'nin bölge mutfağı her türlü övgüyü hak eden zengin bir mutfağı oluşturmaktadır (Baş, 2017).

Bir diğer önemli konu ise dünyanın ilk vejetaryeninin, bugün Niğde'nin Bor İlçesi'ne bağlı Kemerhisar Beldesi'nde bulunan Tyana Antik Kenti'nde 2000 yıl önce yaşayan Apollon olduğu bilinmektedir (Milliyet, 2020). Vejetaryenliğin temel taşlarının Niğde'de atılmış olması gastronomi tarihi açısından önemli bir ayrıntıdır.

Aynı zamanda Osmanlı saray mutfağındaki birbirinden lezzetli yemekleri yapan yetenekli insanların birçoğu Niğdelidir. Bunlar arasında en önemlisi ise 17. yüzyılda yaşamış olan Sadrazam Damat İbrahim Paşa'dır. İbrahim Paşa, Niğde'ye bağlı Muşkara köyünde doğmuştur. İbrahim Paşa yine o dönemde İstanbul'da saray mutfağında helvacı olarak çalışmış ve daha sonra saray mutfağı kadrosuna Niğdeli aşçıları ve yamaklarını dahil etmiştir. Bu yüzden Osmanlı sarayındaki aşçıların birçoğunun Niğdeli olduğu bilinmektedir (Dmc Haber, 2020).

Niğde ilinde halkın temel geçim kaynağı hayvancılıktır. Bunun dışında ilde elma ağaçlarının sayısı ülke sıralamasında da en başlarda yer almaktadır. Ülkedeki patates üretiminin ise %25'lik bölümü Niğde'de üretilmektedir. Bu sebepten Türkiye'nin en büyük patates ihracatı yapan ilidir. Patates ile yapılan çeşitli tarifler de Niğde

mutfağını süslemektedir. Bunlar arasında patates musakkası, haşlaması, kızartması, püresi, yahnisi, güveci, kumpir ve sote başlıca çeşitler arasındadır.

Bağcılık Niğde’de önemli yer tutmaktadır. Bu durum Niğde’nin üzüm yetiştirme açısından önde gelen illerden olmasını sağlar. Bölgede bağlarda yetişen üzümlerden hazırlanan pekmez sade olarak tüketilse de kullanımına göre köfter, paluze, pestil ve dolaz gibi tatlılar da yapılmaktadır.

Niğde mutfağının önemli bir diğer teması ise Niğde Mavi Peyniri olarak bilinmelidir. “Türkiye’nin Peynir Hazineleri” adlı eserini kaleme alan Kanadalı Suzanne Swan, Türkiye’deki peynirler arasında en çok Niğde Mavi Peynirini sevdiğini söylemiştir. Ayrıca Suzanne Swan, Fransızları bile kızdıracak bir değerlendirme yapmıştır: “Fransızların ünlü Rokfor peyniri doğal değil, iğne ile rengini mavileştiriyorlar. Halbuki Niğde peyniri daha tulumdayken hava alıp bakteri oluşturuyor ve rengi mavileşiyor. Fransızlar rokforun ilk ve tek koyun sütünden yapılan mavi peyniri olduğunu iddia ediyor. Hâlbuki Niğde mavi peyniri rokfordan daha doğal yollarla yapılıyor” demiştir (Hürriyet, 2020b).

2.2.1. Niğde Tarihi ve Beşerî Özellikleri

Niğde'nin adının 1890'da Aktaş (Andaval) kilisesinde bulunan kitabede Nahita Kralı Saruvas'a atıfta bulunarak Hitit'ten gelebileceği söylenmektedir. Niğde'nin o zamanki adı, Hitit döneminde kurulmuş olabileceğine işaret eden yazıtta da geçen "Nahita" kelimesinden gelmektedir (Kocaman, 2016: 3).

Niğde'deki Kaletepe Obsidyen atölyelerinde ele geçen buluntular M.Ö. 600.000 yıl öncesine dayanmaktadır. Kaletepe Obsidyen atölyesi, Niğde ili sınırları içerisinde bulunan Bahçeli-Köşk Höyük, Çiftlik-Tepecik Höyük, Pınarbaşı Höyük ve Çamardı-Kestel'de ortaya çıkarılan Kalay Maden Ocağı ile Madenci Köyü Göltepe'de yapılan kazılar, Niğde'de yerleşik yaşamın günümüzden 10.000 yıl öncesine dayandığını ve bu yaşamın kesintisiz olarak sürdüğünü göstermektedir (Kızılkaya, 2017a: 3).

Bölge M.Ö. 612'de önce Kimmer ve Med akınlarına sahne olduktan sonra M.Ö. 546–334 Pers, M.Ö. 334–30 Helenistik dönem yaşanmıştır. Daha sonrasında ise Romalıların bir eyaleti haline gelen bölge, Roma İmparatorluğunun 395 yılında ikiye bölünmesiyle yaklaşık 650 yıl boyunca Romalılar tarafından hüküm sürmüştür (Kocaman, 2016: 3).

1071 yılında Malazgirt'in zaferi ile Niğde de ilk fetihlerle birlikte ele geçirilmiştir. Niğde'nin çevresi Danişment devletine verildi, ancak daha sonra II. Kılıç Arslan'ın

Danişment'in hâkimiyetine son verdiği ve bölgeyi Selçuklu hâkimiyetine dahil edildiği söylenmektedir (Niğde Valiliği, 2020).

Selçuklu döneminde Niğde'ye "Darü'l-Pehlivanıyye" yani Pehlivanlar Yurdu unvanı verilmiştir. Alaeddin Keykubad döneminde Niğde önemli ilerlemeler kaydetmiş ve askeri merkezlerden biri olmuştur. Onun ölümünden sonra bölge İlhanlıların kontrolü altına girmiştir. Daha sonra Karamanoğulları'nın eline geçmiştir. Bölge Fatih Sultan Mehmet'in Karamanoğulları'nı mağlup etmesinin ardından Osmanlı Devleti himayesine girerek Konya vilayetine bağlı bir sancak olmuştur (Toroğlu, 2006: 119). Cumhuriyetin ilan edilmesiyle birlikte en önemli gelişme Niğde'nin Konya ilinden ayrılması ve basına özgür bir il statüsü kazanması olmuştur. Millî mücadelenin başlangıcından Cumhuriyet'e kadar geçen bu dönemde istikrar tüm ülke genelinde olduğu gibi Niğde'de büyük gelişmeleri beraberinde getirmiştir. Bunlar arasında eğitim, sağlık, sosyal ve kültürel alanlar başta gelmektedir. Niğde, Atatürk'ü ve kurduğu cumhuriyeti kucaklayan vilayetler arasındadır. Ayrıca Cumhuriyeti her zaman destekleyen ve desteğini sürdüren, cumhuriyetin ilanını top atışlarıyla kutlayan ilk şehirdir. 1924 yılında Niğde şehri, mülki düzenlemelerle Cumhuriyet idaresi altında vilayet olmuştur. Kalkınmada önceliğin hizmetle olacağını haklı olarak amaç savunan Niğde vilayeti, Nevşehir'in 1954, Aksaray'ın 1989 yıllarında il olması sonucunda yüzölçümü, ekonomik durum, hatta milletvekili sayısı açısından küçülmeye gitmiştir. Bu iki ilin ayrılması nedeniyle Niğde iline ait Çiftlik ve Altunhisar bölgeleri ilçe statüsü kazanmıştır (Niğde Valiliği, 2020).

Niğde, bir tarafta Toros Dağları, diğer tarafta Konya ve Tuz Gölünün çevresinde bulunan İç Anadolu bölgesinin güneydoğu kesiminde yer alan bir şehirdir. Niğde'nin yüzölçümü yaklaşık olarak 7.795 km²'dir. Rakımı (denizden yüksekliği) 1.229 m olan Niğde'nin il trafik kodu 51'dir. Niğde ili coğrafi konum itibarıyla 37 derece 10 dakika N ve kuzeyde 38 derece 58 dakika N paralelleri ile batıda W 33 derece 10 dakika ve doğuda E 35 derece 25 dakika meridyenleri arasında yer almaktadır. Doğusunda Kayseri, batısında Konya, kuzeybatısında Aksaray, kuzeyinde Nevşehir illeri ile güneyinde Adana ve Mersin illeri ile komşudur (Toroğlu, 2006: 1).

İl topraklarının %28,8'i dağlık alan olup, %41,2'sini dalgalı arazisini oluştururken, geri kalan %30'u ise ovalardan oluşmaktadır. Melendiz, Hasan Dağı ve Erciyes Dağı'nın oluşturduğu jeolojik yapı nedeniyle şehrin yer altı kaynakları açısından zengindir. Bakır, cıva, demir, çinko, gümüş, kalsit gibi metal malzemeler açısından

zengin olduğu söylenebilir. Ayrıca bölge kükürt kaplıcaları açısından da zengindir. Niğde ili, İç Anadolu bölgesinin bozkırında yer aldığından asıl bitki örtüsünü step bitki oluşturmaktadır. İl arazisi genellikle otlak görünümündedir. İç Anadolu bölgesinde ormanların varlığı çok azdır (Niğde İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2020).

Niğde iline bağlı (merkez ilçe dahil olmak üzere) ilçe sayısı 6 olup, toplam 52 belediye ile 113 köy bulunmaktadır. Niğde ilinin ilçeleri arasında Altınhisar, Bor, Çamardı, Çiftlik ve Ulukışla yer almaktadır. Bölge, yazları sıcak ve kurak olan karasal bir iklime sahiptir. Yerel halkın temel geçim kaynağı ise tarım ve hayvancılıktır. İlin en önemli tarımsal faaliyetlerini patates ve elma üretimi oluşturmaktadır (Niğde Valiliği, 2020).

2.2.2. Niğde Mutfağının Yöresel Yiyecek ve İçecekleri

Niğde Mutfağının yöresel yiyecek ve içeceklerini çorbalar, ara sıcaklar, hamur işleri, etli yemekler, sebzeli yemekler, tatlılar ve kış hazırlıkları olarak 7 başlık altında toplamak mümkündür;

1. Çorbalar

- Mangır çorbası
- Oğma çorbası
- Bor arabaşı çorbası
- Tarhana çorbası
- Sütü yarma çorbası
- Sütü pancar çorbası
- Sütü kabak çorbası
- Kuskus çorbası
- Yoğurt çorbası

2. Ara sıcaklar

- Cevizli erişte
- Öksüz mantı
- Havu
- Mıhla
- Karın kurutması
- Hakırdak

- Yumurtalı yufka ditmesi
- Papara
- Ciğerli bulgur pilavı
- Sac kapamada etli pilav

3. Hamur işleri

- Yufka ekmek böreği
- Tahinli pide
- Bazlama
- Şepe
- Fertek halkası
- Fertek çöreği
- Çökelek dürüm
- Hakırdak dürüm
- Ciğer dürüm
- Tatlı dürüm
- Yağlı ekmek dürüm
- Sac altı

4. Etlı yemekler

- Niğde tava
- Bossulu
- Çömlekte akbakla
- Bor söğürme
- Ayva boranası
- Üzüm boranası
- Orta dolması
- Niğde çanağı
- Karın haşlaması
- Tirit
- Bulgurlu cızbız köfte
- Niğde kelle söğüş
- Paça yemeği
- Mazaklı köftesi

5. Sebzeli yemekler

- Dut yaprağı sarması
- Etlı lahana sarması
- Yaprak ditmesi
- Pancar pezziği
- Lahana kapama
- Koruklu bamya
- Et kabağı yemeği
- Kurutulmuş yeşil fasulye
- Etlı kuru bamya
- Pirinđli elma dolması
- Erikli pırasa yemeği
- Soğan yahnisi
- Erikli bamya
- Kuru sebze güveç

6. Tatlılar

- Köfter
- Köfter kavurması
- Bandırma
- Paluza
- Kar katması
- Halveter
- Tatlı dolaz
- Çamardı dondurması
- Kuru kayısı hoşafi
- Darboğaz kiraz kompostosu
- Cevizli misket elma dolması
- Cevizli ve pirinđli zerdali dolması
- Kuru zerdali kavurması
- Kuru incir kavurması
- Sarığı burma
- Kıvrım börek tatlısı

- Pekmezli kaygana
- Niğde kıvrım tatlısı
- Çamardı halka tatlısı

7. Kış hazırlıkları

- Beyaz kiraz reçeli
- Taş kabağı reçeli
- Sarı erik reçeli
- Zerdali reçeli
- Vişne reçeli
- Hardaliye
- Şalak turşusu
- Alıç turşusu
- Kuru tarhana
- Pekmez
- Sızgıt
- Erişte
- Küp peynir
- Niğde mavi peynir
- Yufka ekmek

Niğde mutfağı denilince akla ilk gelen simgesel yiyecekler Niğde tava, Bor söğürme ve tarhana çorbası olmasına rağmen Niğde daha nice lezzeti ile zengin kültürel mirasını mutfağına yansıtmıştır. Bu yöresel lezzetler eskilerde yaşayan insanların sofrasında daha çok yer alırken günümüzde mutfak alışkanlıklarının değişmesiyle beraber unutulmaya yüz tutmuş, seyrek yapılır yahut yaşlıların iyi bildiği ama gençlerin pek bilmediği yemeklere dönüşmüşlerdir. Bu yüzden Niğde mutfak kültürünün kayıt altına alınması kültürün yaşatılması için önemlidir.

İç Anadolu bölgesinin ortak lezzetleri arasında yerini alan arabaşı çorbası da özellikle uzun kış mevsimi geçen Niğde'nin Bor ilçesinde sıklıkla tüketilen bir çorbadır (Kızılkaya, 2017b: 102).

Niğde'de yöresel olarak hazırlanan diğer yemekler incelendiğinde; mangır çorbası, pancar çorbası, tarhana çorbası, sütlü pancar çorbası, çömlekte ala bakla, orta dolması, et kabak musakkası, oğma çorbası, koruklu ve erikli bamyası, tarhana

çorbası, işkembe haşlaması, hakırdak, tirit, kuru erikli pırasa, cevizli erişte pilavı ve çorbası, kuskus çorbası, soğan yahnisi, papara, mazaklı köftesi, sütlü kabak çorbası, yaprak ditmesi, Niğde çanağı ve ciğerli bulgur pilavı gibi daha birçok yemek dikkat çeken yöresel yiyecekler arasındadır (Varol İnsel, 2015).

Et ve sebze ile yapılan geleneksel yemekler de mutfağın önemli öğelerindedir. Et yemeklerinin birçoğu evde yapılmaktadır. Ancak bazı geleneksel et yemeklerinin yapımı ev, kasap ve fırın arasında üçlü bir ilişki içerisinde gerçekleştirilmektedir. Örneğin Bor söğürme ve Niğde tava gibi geleneksel yemekler, kişi sayısına göre sipariş verilir (Kemer, 2019: 341-342). Mahalle kasabında hazırlanan ürünler yine aynı kasabın etrafında bulunan fırına pişirilmesi için gönderilmektedir.

Niğde'nin etli yaprak sarma ve dolma çeşitleri bu mutfağın vazgeçilmez yemeklerindedir. Özellikle bölgede üretimi fazla olduğundan beyaz lahanayla sarma ve içi doldurularak hazırlanan lahana kapama sıklıkla yapılmaktadır. Üzüm yaprağı, dut yaprağı ve pazı yaprağı ile hazırlanan sarma çeşitleri de Niğde'nin yöresel lezzetleri arasındadır. Biber, patlıcan, soğan, kabak ve domates dolmaları da mutfağın dolma çeşitleri arasındadır.

Niğde yöresine ait pek çok sayıda tatlı da bulunmaktadır. Bu tatlılara bakacak olursak; halka tatlısı, halveter, tatlı dürüm, köfter, cevizli elma dolması, havu, kar katması, pestil, zerdali kavurması, pekmezli dolaz, paluze, sarığburma (tırtıl baklavası), kaşık kayganası, Niğde burma tatlısı, pirinçli zerdali dolması, köfter kavurması, Çamardı dondurması, şekerli tahinli pidesi, kuru incir kavurması ve pestil yöresel tatlı çeşitleri arasındadır. Ayrıca yörenin meşhur içeceği Niğde gazozu da hem yöre halkı hem de farklı bölge ve ülkelerdeki yaşayanların tükettikleri bir içecek haline gelmiştir.

Niğde yöresel yiyecek ve içeceklerini coğrafi işaret olarak tescillemeye başlamıştır. Bunlar arasından “Bor söğürmesi” ve “Niğde tahinli pidesi” Niğde Ticaret ve Sanayi Odası'nın başvurusuyla coğrafi işaretli ürün olarak literatürde yerini almıştır. Ayrıca “Niğde Darboğaz kirazı” coğrafi işaret olarak tescillenmiş, Niğde misket elmasının da tescillenmesi için başvuruda bulunulmuştur (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2020). Böylesine eşsiz lezzetlere sahip olan Niğde'nin daha fazla tescilli ürünlere ihtiyacı var. Yapılan bu coğrafi işaretli tesciller, Niğde mutfağının gelişmesine katkı sağlayacaktır. Umarım yakın gelecekte Niğde halka tatlısı, Niğde kelle söğüşü, ayva ve üzüm boranası, halveter tatlısı, Niğde tarhanası, oğma çorbası, bandırma, Niğde

mavi peyniri, Çamardı dondurması, bossulu, mangır çorbası, mazaklı köftesi, Niğde patatesi ve Niğde lahanası da bir an önce coğrafi işaret olarak tescillenir.

2.2.3. Niğde Mutfağında Kışa Hazırlık

Niğde yöre halkı kış hazırlıklarından olan; yufka ekmek, tarhana, bulgur, aşlık, erişte, salça, pekmez, reçel, sirke, turşu, tereyağı, peynir, yoğurt, hakırdak, sızgıt, karın kurutması, pastırma, sucuk, kavurma ve daha birçok erzakını kendisi hazırlamaktadır. Niğde tarımsal ve hayvansal üretimin kolaylıkla yapıldığı bir bölgedir. Ancak yine de bazı ürünler çeşitli işlemlerden geçirilerek kış için hazırlanmaktadır. Küp peyniri ve yoğurt tarhanası bunlardandır. Kışın bulunması zor olan sebzeler yazın kurutularak saklanmaktadır. Özellikle patlıcan, kırmızıbiber, bamya, kabak, domates başlıca kurutularak saklanan sebzeler arasındadır.

Niğde’de etlik adı verilen bir diğer kış hazırlığı ise sucuk, pastırma, kıyma, kavurma ve kuru ettir. Etlik için bir inek veya koyun satın alınarak kesim yapılır. Etler yumuşak ve sert bölgelerine göre ayrılarak yapılacak olan ürünlerin hazırlığına başlanır. Kavurma yapılacak etler kuşbaşı küpler halinde doğranarak tencerelerde kavrulur ve küplere basılır. Yapılan bu kavurmaya sızgıt adı verilir. Yine koyunun kuyruk yağı doğranarak tencerede kavrulur. Çıkan yağ birkaç defa süzülür ve tencerede kalan parça yağlar bir tabağa alınır. Yapılan bu ürüne ise Niğde ağzında “hakırdak” adı verilir (Varol İnsel, 2015).

Niğde’nin yöre halkı, sert kış koşulları nedeniyle özellikle kırsal kesimde eş dost ziyaretleri dışında evde vakit geçirmektedirler. Üretimde bulunamadıkları için yazın hazırlanan yiyecekleri tüketilmektedir. İlk olarak tüm yöre halkı, kış boyunca tüketileceği yufka ekmeğini yazdan hazırlamaya başlar. Bunu yaparken komşular bütün gün çalışıp yufka ekmek yapımında yardım ederler. Bu ritüel ile herkes birbirine imece usulü yardım etmektedir. Yufka ekmeğinin yanı sıra haftada bir kez çörek denilen ekmekler de yapılmaktadır.

İnsanlar ürettikleri buğdayın bir kısmını una çevirip ekmek yapmak için kullanırken, diğerleri bulgur olarak kullanmaktadır. Aynı zamanda çorbalık olarak erişte ve tarhana yapılır. Kış hazırlıklarının arasında olan yemeklerin olmazsa olmazı domates ve biber salçası da sonbahar mevsiminde hazırlanmaktadır. Salamura olarak yazdan hazırlanan dut ve üzüm yaprağı da kışın sarma yapmak için tüketilmektedir.

Niğde bağlardan elde edilen üzümler bağ bozumu zamanında toplanarak pekmez üretiminde kullanılmaktadır. Pekmezden ise köfter, pestil, bandırma gibi tatlı

ürünleri hazırlanır. Bu yiyecekler, kışın tüketmek suretiyle temiz hasır veya bezlerin üzerinde kurutulur. Yöre halkı eski zamanlardan bu yana reçel, hoşafı da çok fazla tüketmektedir. Bunlar arasında beyaz kiraz reçeli, darboğaz kiraz reçeli, vişne reçeli, taş kabağı reçeli, zerdali reçeli, ceviz reçeli, ayva reçeli, gül reçeli, kayısı hoşafı, kiraz ve üzüm hoşafı örnek olarak verilebilir. Yine meyvelerin bir kısmını kurutarak kışa hazırlarlar. Alıç, kuşburnu, kekik ve nane toplanarak kurutulur. Bunlar kışın limon ile karıştırılarak, kaynatılır ve içilir.

Kışa hazırlanan yiyeceklerden birisi de kış için hazırlanan turşulardır. Kelek, şalak, havuç, acur, domates, biber, sarımsak, beyaz lahana ve pancar turşu için kullanılan sebzeler arasındadır.

Niğde mutfağında üzüm turşusu (hardaliye) hem hazırlanışı hem aroması bakımından farklı bir özelliğe sahiptir. Hardal tohumu ile mayalandırıldığı için adını buradan alan Hardaliye, yazın hazırlanarak kışın tüketilen yörenin içecekleri arasındadır (Varol İnsel, 2015).



Şekil 1. Hakırdak



Şekil 2. Köfter



Şekil 3. Niğde Tarhanası



Şekil 4. Niğde Mavi Peynir



Şekil 5. Beyaz Kiraz Reçeli



Şekil 6. Taş Kabak Reçeli

2.2.4. Niğde Mutfağında Kullanılan Araç ve Gereçler

Niğde mutfağında kısmen geleneksel ve modern mutfak araç ve gereçleri bir arada kullanılmaktadır. Modernleşmenin kaçınılmaz sonucu, geleneksel yemek ve yemek üretiminin modern teknolojiden etkilenmesidir. Bu etki eskiden bakır, ahşap, taş, cam ve toprak mutfak malzemeleri kullanılırken, günümüzde büyük oranda, çelik,

porselen, cam ve plastik mutfak malzemesi yoğun bir şekilde kullanılmasından anlaşılmaktadır.

Günümüzde halen bazı evlerin mutfaklarında geçmişin izleri kalmıştır. Bu sebeple halen Niğde'nin bazı köy ve kasabalarında bakır ve ahşap mutfak malzemeleri kullanıldığı görülmektedir. Niğde mutfağında bakır mutfak eşyaları dışında ahşap mutfak malzemeleri de kullanılmaktadır. Eski yıllarda ahşap mutfak malzemelerin kullanımı daha yaygın iken teknolojik gelişmeler ahşabın kullanımı mutfaktan uzaklaştırmıştır. Niğde Bor ilçesinde üretimi yapılan ahşap saplı bıçaklar da mutfağın önemli araç gereçleri arasındadır. Et dövmek için kullanılan ahşap tokmaklar az da olsa mutfaklarda hâlâ yerini korumaktadır.

Topraktan yapılan mutfak malzemelerde halen Niğde'de kullanılmaya devam etmektedir. Niğde tava, Bor söğürme ve Niğde çanağı yapımında kullanılan güveç ve tavalar halen kullanılmaktadır. Toprak testilerde su, ayran ve soğuk şerbet içilmektedir. Aynı zamanda çökelek ve Niğde küp peynirinin olgunlaştırma sürecinde kullanılan üründe toprak testilerdir. Küp peyniri ve çökelek testinin içine basılmak suretiyle elde edilmektedir. Niğde'de geçmiş yıllarda sıklıkla kullanılan araç ve gereçler şu şekilde sıralanabilir (Varol İnsel, 2015):

- **Büyük kazan:** Her tarafı dövme bakırdan yapılmış olan kalaylı büyük mutfak gereçlerindedir. Büyük kazanda pekmez, tarhana, peynir, domates salçası, vişne şurubu, bulgur, marmelat gibi yiyeceklerle, reçel çeşitleri de kaynatılmaktadır.
- **Bakır tencereler, kuşaneler, sahanlar:** Eski zamanlarda sadece bakır kaplarda yemekler hazırlanırdı. Tencereye göre derinliği daha az olan kuşanelerde pilav, erişte ve mantı pişirmek için kullanılırdı. Yemekler sofraya gelirken kertikli sahanlar kullanılırdı. Yemeklerin üstüne kalaylı bakırdan kaplar kapatılırdı. Bu sayede yemeğin sıcak kalması sağlanırdı.
- **Çingil:** Yoğurt mayalamak için kullanılan kap.
- **Çömçe:** Düğün, cenaze gibi toplu yemeklerde; cacık, hoşaf gibi sıvı içecekleri almak için kullanılan araç.
- **Hamur leğeni:** Hamur yoğurmak için kullanılan, derinliği fazla olmayan, geniş kaptır.
- **Kirpikli sahan:** Etrafı işlemeli bakırdan yapılmış geniş, düz tabaktır. Pilav ve salata servisinde kullanılır.

- **Kuzu bakırı:** Sünnet, düğün, cenaze gibi çok miktarda yapılan yemekler için kullanılan küçük kazanlara verilen isimdir.
- **Kirtikli sahan;** Hoşaf, çorba ve cacık gibi sıvı yiyeceklerin servisinde kullanılan çukur tabaktır.
- **Sini:** Yemeklerin servisinde kullanılan, çeşitli ölçüleri olan geniş kaptır. İşlemeli bakır veya alüminyum çeşitleri mevcuttur.
- **Hereni:** Kaymak yapımında kullanılan iki kulplu küçük kazandır.
- **Tahta kaşık:** Önceleri yemek yerken de tahta kaşık kullanılırken, genellikle günümüzde yemek yaparken mutfaklarda kullanılmaktadır.
- **Lengeri:** Helva ve pilavın servisi için kullanılan derin olmayan kapaklı bakır kaplardır.
- **Şarapana:** Köylerde bağ ve bahçelerde pekmez kaynatılırken, tüm üzümün yıkanıp ezildiği tahtadan gereçtir. Şarapanalar, özellikle tek parça ağaç gövdesinden oyularak yapılır. Ön kısmında ise üzüm şirasının aktığı bir delik bulunmaktadır.
- **Kuzine:** Üzerinde yemek pişirmek için kurulan büyük mutfak sobalarıdır. Ateş yakılan bölümün haricinde kapaklı raflara tepsiler ile patates, börek, ekmek, güveç çeşitleri atılarak pişirilir. Kuzinenin üst kısmında ise çekirdek, buğday veya kestane yapılır. Evin sıcak su ihtiyacı da bakır güğümler ve tencereler ile bu ocaktan sağlanır.
- **Maltız:** Mutfaklarda yer ocaklarına ek olarak yemek pişirmek için maltız kullanılırdı. Teneke işi ile ilgilenen kişilerin hazırladığı maltızlar, 40 cm yüksekliğinde, 25 cm çapında ızgaralı, ayaklı, sacdan yapısı ile taşınabilir seyyar ocaklara verilen isimdir.

Yörede çevre bölgelerle ulaşımı sağlayan araçların fazla olması ve her türlü iletişim aracının yaygın olması, halkın şehirlerde yaşanan gelişmeleri yakından takip edebilmesine olanak sağlamaktadır. Bu durum halkın tüm yaşamını etkilediği gibi mutfak araç ve gereçlerinin kullanımını da etkilemiştir. Yaptığımız araştırma sonucunda yörede çevre illerde kullanılan mutfak araçlarının köylerde de kullanıldığını ve eski mutfak araç gereçlerinin pek tercih edilmediği tespit edilmiştir.

2.2.5. Niğde Yemekleri Reçeteleri

Toplamda reçetesi hazırlanmış olan 35 adet Niğde yöresel yiyecek ve içecekleri tespit edilmiştir. Reçeteler hazırlanırken; Niğde'nin yöresel yemekleri hakkında bilgi sahibi olan yiyecek içecek işletmeleri, yöresel yemek sunan otel işletmeleri, Niğde yöresel yemeklerini yapan aşçılar, Niğde İl Kültür Turizm Müdürlüğü, Niğde Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü Aşçılık Programı hocaları ile Niğde Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü personelinin oluştuğu 51 kişilik paydaş görüşleri dikkate alınmıştır.

Elde edilen reçeteler mutfak ortamında birebir uygulanarak yöresel ürünler elde edilmiş ve fotoğraflanmıştır.



Şekil 7. Niğde Mutfağı Genel Görünüm

2.2.5.1. orbalar

Tablo 2.1. Oğma orbası

OĞMA ÇORBASI		
PORSİYON MİKTARI	5 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
1	Su Bardağı	Un
½	Su Bardağı	Su
1	ay Kaşığı	Tuz
2	orba Kaşığı	Tereyağı
1	Tatlı Kaşığı	Biber Salçası
5	Su Bardağı	Su
1	Tatlı kaşığı	Tuz
1	Tatlı kaşığı	Kırmızı Toz Biber
1	Tatlı kaşığı	Kuru Nane

YAPILIŞI	
	<ul style="list-style-type: none">• Bir kaba un konulur ve içerisine tuz eklenerek hamur yoğurulur.• Hamur kalburdan geçirilerek tezgâha dökülür ve hamur topları haline getirilir.• Hamur toplarının yarısı ayrılarak tavada kavrulur.• Ayrı bir tencerede salça ve tereyağı kavrulur, su ilave edilerek kaynatılır ve hamurun diğer yarısı olan hamur topları kaynamış suya ilave edilir.• orba kaynamaya bırakılır ve son olarak kavrulmuş hamuru da ekleyerek iyice kaynatılır.• Servisi için tereyağında kırmızı toz biber ve kuru nane yakılarak üzerine dökülür.



Şekil 8. Oğma orbası

Tablo 2.2. Mangır Çorbası

MANGIR ÇORBASI		
PORSİYON MİKTARI	6 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
1	Su Bardağı	Küp Kesilmiş Erişte
10	Adet	Kayısı Kuru
10	Adet	Siyah Erik Kuru
1	Çay Bardağı	Pekmez
1	Çorba Kaşığı	Şeker
1	Çorba Kaşığı	Tereyağı
8	Su Bardağı	Su
1	Çorba Kaşığı	Tuz
1	Çay Kaşığı	Limon Tuzu

YAPILIŞI	
	<ul style="list-style-type: none">• Kayısı ve erikler yıkanarak ıslatılır ve yumuşamaya bırakılır.• Bir tencere içerisinde su kaynatılır.• Kaynamış suya erişteler ilave edilir.• Karıştırılarak eriştelerin iyice pişmesi sağlanır.• Yumuşamış kayısı ve erikler küçük küpler halinde doğranarak tuz ile birlikte çorbaya eklenir.• Son olarak pekmez ve limon tuzu eklenerek kaynatılır.• Küçük bir tavada tereyağı eritilir.• Bir avuç kesme erişte konularak kızartılır ve çorbanın üzerine eklenerek servis edilir.



Şekil 9. Mangır Çorbası

Tablo 2.3. Niğde Tarhana Çorbası

NİĞDE TARHANA ÇORBASI		
PORSİYON MİKTARI	6 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
8	Adet	Kuru Tarhana
5	Su Bardağı	Su
2	Diş	Sarımsak
1	Çorba Kaşığı	Tereyağı
1	Çorba Kaşığı	Salça
1	Çorba Kaşığı	Kuru Nane
1	Çorba Kaşığı	Tuz

YAPILIŞI	
	<ul style="list-style-type: none">• Bir orta boy tencereye su ilave edilir.• Tarhanalar içerisine eklenir ve kaynamaya bırakılır.• Çözülüp kaynamaya başlayan tarhanaları ara ara karıştırarak iyice çözülmesi sağlanır ve pişirmeye devam edilir.• Daha sonra çorbanın tuzu eklenir.• Ayrı bir tavada tereyağı eritilir, salça ve kuru nane eklenerek kavrulur.• İsteğe bağlı kavrulmuş olan salça sosu tencereye ilave edilerek karıştırılabilir ya da servis esnasında çorbaların üzerine eklenebilir.



Şekil 10. Niğde Tarhana Çorbası

Tablo 2.4. Kuskus Çorbası

KUSKUS ÇORBASI		
PORSİYON MİKTARI	6 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
1	Su Bardağı	Un
½	Su Bardağı	Su
1	Çay Kaşığı	Tuz
½	Çay Bardağı	Sıvı Yağ
5	Su Bardağı	Su
1	Çorba Kaşığı	Salça
2	Adet	Orta Boy Domates
1	Tatlı Kaşığı	Nane
100	Gr	Kıyma

YAPILIŞI	
	<ul style="list-style-type: none">• Bir kaba un konular ve içerisine tuz eklenerek hamur yoğrulur. Hamur kalburdan geçirilerek tezgâha dökülür ve hamur topları haline getirilir.• Tencereye sıvı yağ ve kıymayı koyup kavurulur.• Daha sonra minik minik doğranmış olan domatesleri, salçayı ve naneyi ekleyip karıştırılır. Başka bir kaptaki su kaynatılır ve üzerine eklenir.• Kaynayana kadar beklenir ve sonra kuskuslar eklenir.• Kuskuslar piştikten sonra çorba ocaktan alınarak servis edilir.



Şekil 11. Kuskus Çorbası

2.2.5.2. Hamur İşleri

Tablo 2.5. Niğde Tahinlisi

NİĞDE TAHİNLİSİ		
PORSİYON MİKTARI	8 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
6	Su Bardağı	Un
350	Ml	Su
15	Gr	Maya
15	Gr	Tuz
1	Kg	Tahin
1	Çay Bardağı	Sıvı Yağ
YAPILIŞI	<ul style="list-style-type: none">• Bir kabın içerisine un alınır. Ilık su, maya ve tuzu eklenir ve yaklaşık bir kg hamur elde edilir. Hazırlanan hamur yaklaşık 30 dakika dinlendirilir.• Hamur 4 parçaya bölünür ve sıvı yağ yardımıyla ince bir şekilde açılır. Açılan hamurun üzerine tahin dökülerek iyice yayılır.• Şekerli yapılmak istenirse bu aşamada istenilen miktarda şeker serpiştirilir. Bu işlemler sonunda tahin dökülmüş hamur rulo şeklinde sarılarak yaklaşık 40 dakika dinlendirilir.• Dinlenme işlemi tamamlandıktan sonra sade Niğde Tahinlisi oval, şekerli Niğde Tahinlisi yuvarlak olacak şekilde 1 cm kalınlığında açılarak 180°C’de fırında yaklaşık 20 dakika pişirilir.	



Şekil 12. Niğde Tahinlisi, Fertek Çöreği ve Halkası

Tablo 2.6. Cevizli Erişte

CEVİZLİ ERİŞTE		
PORSİYON MİKTARI	6 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
3	Su Bardağı	Erişte
3	Çorba Kaşığı	Tereyağı
1	Su Bardağı	Niğde Küp Peyniri
1	Su Bardağı	Ceviz İçi
8	Su Bardağı	Su
1	Çorba Kaşığı	Tuz
½	Demet	Maydanoz

YAPILIŞI

- Bir tencerede su kaynatılır, tuz ilave edilir ve eriştelere eklenerek haşlanır.
- Haşlanan eriştelere süzgece alınarak soğuk sudan geçirilir.
- Aynı bir tencerede tereyağı eritilir. Süzülen eriştelere ilave edilir ve harmanlanır.
- İçerisine ufalanmış küp peyniri ve iri kırılmış bol ceviz eklenir ve tekrar harmanlanır.
- Tabağa aldığımız erişteyi kıyılmış maydanoz ile servis edilir.



Şekil 13. Cevizli Erişte

Tablo 2.7. Papara

PAPARA		
PORSİYON MİKTARI	4 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
1	Lt	Et Suyu
250	Gr	Dana Kıyma
1	Adet	Bayat Ekmek
1	Yemek Kaşığı	Soğan
4	Adet	Tereyağı
1	Tatlı Kaşığı	Kırmızı Toz Biber
1	Tatlı Kaşığı	Tuz
YAPILIŞI	<ul style="list-style-type: none">• Ufak parçalar şeklinde doğranmış ekmekleri bir tepsiye dizilir.• Üzerine ılık haldeki et suyu gezdirilir.• Soğan ile kıyma tuz eklenerek kavrulur.• Kavrulmuş kıyma ekmeklerin üzerine dökülür.• Bir tavada tereyağı ve kırmızı toz biberi kavurup kıymanın üzerine gezdirilerek servisi yapılır.	



Şekil 14. Papara

Tablo 2.8. Ciğerli Dürüm

CİĞERLİ DÜRÜM		
PORSİYON MİKTARI	8 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
250	Gr	Kuzu Ciğer
2	Çorba Kaşığı	Kuyruk Yağı
3	Adet	Yufka Ekmek
1	Çay Kaşığı	Tuz
1	Çay Kaşığı	Kimyon
1	Çay Kaşığı	Kırmızı Toz Biber
1	Adet	Kuru Soğan

YAPILIŞI	
	<ul style="list-style-type: none">• Tencereye kuyruk yağın koyarak hakırdak çıkması için eritilir.• Daha sonra eriyen yağ kışbaşı doğranmış ciğerler ilave edilir.• Kavrulmuş ciğerlere tuz, kimyon ve kırmızı toz biber ilave edilir. Kuru soğan ince ince piyazlık doğranır ve tuzlanır. İsteğe göre bu aşamada sumak ve maydanoz ilavesi yapılabilir.• Yufka ekmekler biraz su ile ıslatılır ve dinlendirilir. Hazır olan ciğer sote yufka ekmeğın arasına eklenir ve soğan ilavesi yapılır.• Dürüm şeklinde sarılarak servis edilir.



Şekil 15. Ciğerli Dürüm

2.2.5.3. Et Yemekleri

Tablo 2.9. Bossulu

BOSSULU		
PORSİYON MİKTARI	6 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
1	Kg	Yağlı Koyun Eti
2	Adet	Kuru Soğan
5	Adet	Yeşilbiber
3	Adet	Domates
1	Çorba Kaşığı	Salça
2	Çorba Kaşığı	Tereyağı
1	Çay Bardağı	Su
1	Çorba kaşığı	Tuz
1	Tatlı kaşığı	Karabiber

YAPILIŞI	
	<ul style="list-style-type: none">• Kuşbaşı doğranmış etler tencereye ilave edilir ve tereyağı ile kavrulur.• Daha sonra soğan, yeşilbiber ve domates kuşbaşı doğranır eklenir.• Salça, tuz ve karabiber eklenir.• Etler yumuşaya kadar ağır ateşte yemek pişirilir.



Şekil 16. Bossulu

Tablo 2.10. Niğde Tava

NİĞDE TAVA		
PORSİYON MİKTARI	5 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
1	Kg	Kuzu Eti
½	Kg	Yeşilbiber
1	Kg	Domates
2	Baş	Sarımsak
2	Çorba Kaşığı	Tereyağı
1	Çorba Kaşığı	Tuz
1	Tatlı Kaşığı	Karabiber
1	Tatlı Kaşığı	Kırmızı Pul Biber

YAPILIŞI	
	<ul style="list-style-type: none">• Fırın tepsisine ince doğranmış yeşilbiber, domates ve sarımsak serilir.• En üste kuşbaşı doğranmış kuzu etleri yerleştirilir.• Tuz, karabiber ve kırmızı pul biber ilave edilir.• Son olarak üzerine tereyağı küçük parçalar halinde eklenir.• Hiç su koymadan taş fırına atılır ve kendi suyunu çekinceye ve etler kızarana kadar pişirilir.



Şekil 17. Niğde Tava

Tablo 2.11. Bor Sögürme

BOR SÖĞÜRME		
PORSİYON MİKTARI	8 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
2	Kg	Kuzu Kaburga Eti
250	Gr	Kuyruk Yağı
10	Adet	Bor Biberi
2	Çorba Kaşığı	Tuz
YAPILIŞI	<ul style="list-style-type: none">• Kuzu kaburgadan alınmış 3 kemikli pirzolalar yaprak şeklinde incecik açılır ve tuzlanır.• Bir tepsiye Bor biberleri dizilir.• Biberlerin üzerine etler dizilir.• Etlerin üzerine kuşbaşı doğranmış kuyruk yağları serpiştirilir.• Taş fırında yaklaşık 45 dakika pişirilir.	



Şekil 18. Bor Sögürme Hazırlık



Şekil 19. Bor Sögürme

Tablo 2.12. Ayva Boranası

AYVA BORANASI		
PORSİYON MİKTARI	8 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
4	Adet	Ayva
1	Kg	Kuzu Eti
1	Su Bardağı	Haşlanmış Nohut
2	Çorba Kaşığı	Tereyağı
1	Çay Bardağı	Pekmez
1	Çorba kaşığı	Tuz
YAPILIŞI	<ul style="list-style-type: none">• Tencereye tereyağı koyularak kuşbaşı doğranmış etler eklenir ve kavrulur.• Daha sonra ayvalar yıkanıp soyularak kuşbaşı doğranır.• Önce ayvalar ardından nohut, pekmez, tuz ve su ilave edilir.• Kısık ateşte etler yumuşayana kadar pişirilir.	



Şekil 20. Ayva Boranası

Tablo 2.13. Üzüm Boranası

ÜZÜM BORANASI		
PORSİYON MİKTARI	6 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
1	Su Bardağı	Kuru Üzüm
600	Kg	Kemikli Koyun Eti
1	Su Bardağı	Haşlanmış Nohut
2	Çorba Kaşığı	Tereyağı
1	Çay Bardağı	Pekmez
1	Çorba Kaşığı	Tuz
YAPILIŞI	<ul style="list-style-type: none">• Bir tencereye tereyağı konarak kemikli kaburga etleri kavrulur.• Daha sonra haşlanmış nohut ve kuru üzüm ilave edilir.• Tuz, pekmez ve su ilavesi yapılarak kısık ateşte pişirilir.• Üzümler şişince pişme işlemi tamamlanmış demektir.	



Şekil 21. Üzüm Boranası

Tablo 2.14. Orta Dolması

ORTA DOLMASI		
PORSİYON MİKTARI	12 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
2	Kg	Bütün Koyun Kaburga
200	Gr	Kuzu Ciğeri
2	Su Bardağı	Pirinç
1	Adet	Kuru Soğan
2	Çorba Kaşığı	Çam Fıstığı
2	Çorba Kaşığı	Tereyağı
1	Çorba Kaşığı	Salça
1	Çorba Kaşığı	Kuş Üzümlü
1	Tatlı Kaşığı	Toz Şeker
1	Çorba Kaşığı	Tuz
1	Tatlı kaşığı	Karabiber
YAPILIŞI	<ul style="list-style-type: none">• İlk olarak iç pilav hazırlamak için bir tencereye tereyağı alınır. Çam fıstıkları eklenir ve kavrulur. Sonra soğan ince ince doğranır ve ciğerle birlikte tencereye ilave edilerek kavrulur. 2 bardak ıslatılmış ve süzölmüş pirinç eklenir ve kavurma işlemine devam edilir. Kuş üzümleri, tuz, şeker ve karabiber eklenir. Pirinçler kaşığa yapışmaya başlayınca kaynar su ilave edilir. Pirinçler diri kalacak şekilde ocaktan alınır.• Kuzu kaburganın altındaki kısım el ile açılır ve iç pilav doldurulur. Pilavın dağılmaması için kalın bir ip ile kaburga dikilir. Büyükçe bir tencereye orta dolma konulur. Üzerini bir parmak geçecek kadar su ilave edilir.• 40 dakika pişirilir. Daha sonra bir tepsiye aldığımız orta dolmamız üzeri kızarana kadar fırında pişirilir.	



Şekil 22. Orta Dolması

Tablo 2.15. Ciğerli Bulgur Pilavı

CİĞERLİ BULGUR PİLAVI		
PORSİYON MİKTARI	4 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
2	Su Bardağı	Pilavlık Bulgur
250	Gr	Dana veya Kuzu Ciğeri
2,5	Su Bardağı	Su
2	Adet	Kuru Soğan
4	Çorba Kaşığı	Sıvı Yağ
2	Çorba kaşığı	Tereyağı
1	Çorba kaşığı	Tuz
1	Tatlı kaşığı	Karabiber
1	Tatlı kaşığı	Kimyon
YAPILIŞI	<ul style="list-style-type: none">• Ciğerler kuşbaşı şeklinde doğranır ve sıvı yağ ile kavrulur.• Ciğerler kavrulduktan sonra içerisine küp küp doğranmış soğanlar ilave edilir ve kavurmaya devam edilir.• Kavrulan ciğere tereyağı ve bulgur eklenir.• Daha sonra kaynamış su ve baharatlar ilave edilir.• Suyunu çekince altı kapatılır ve 20 dakika dinlendirilir.	



Şekil 23. Ciğerli Bulgurlu Pilavı

Tablo 2.16. Sac Kapamada Etli Pilavı

SAC KAPAMADA ETLİ PİLAV		
PORSİYON MİKTARI	6 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
1	Kg	Haşlanmış Kuzu Eti
3	Su Bardağı	Yıkanmış Pirinç
100	Gr	Tereyağı
5	Su Bardağı	Et Suyu
2	Çorba Kaşığı	Un
1	Çorba kaşığı	Tuz
1	Tatlı kaşığı	Karabiber

YAPILIŞI	
	<ul style="list-style-type: none">• Kuzu eti kuşbaşı şeklinde doğranarak kavrulur.• 10 dakika haşlanan etler süzülerek hazır hale getirilir.• Bir tepsi içerisine tereyağı konularak eritilir.• Yıkanmış pirinç tepsiye ilave edilerek birkaç defa yağda çevrildikten sonra tepsiye yayılır.• Haşlanmış kuşbaşı etler pirinci kapatacak şekilde tepsiye ilave edilir. Sac kapama bir nevi fırındır. Közün üzerine sacayağı yerleştirilir. Et suyu ilave edilen pilav sacayağının üzerine konulur.• Üzeri sıcak külle kaplanmış saca örtülerek 20 dakika pişmesi sağlanır.• Pilav piştikten sonra sıcak olarak servis edilir.



Şekil 24. Sac Kapamada Etli Pilav

Tablo 2.17. Tirit

TİRİT		
PORSİYON MİKTARI	4 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
4	Adet	Köy Yufka Ekmeği
300	Gr	Yağlı Koyun Kıyma
300	ml	Et Suyu
2	Diş	Sarımsak
2	Su Bardağı	Yoğurt
1	Çorba kaşığı	Tuz
1	Tatlı kaşığı	Kırmızı Pul Biber
YAPILIŞI	<ul style="list-style-type: none">• Yağlı kıyma bir tencerede yarı sulu kalacak şekilde kavrulur, tuz ve kırmızı pul biber eklenir.• Yufka ekmeği avuç arasında kırılarak tepsiye dizilir. Üzerine sıcak et suyu dökülür.• Son olarak kavrulmuş kıyma yufkaların üzerine dökülür. Sarımsaklı yoğurt ile servis edilir.	



Şekil 25. Tirit

Tablo 2.18. Bulgurlu Cızbız Köfte

BULGURLU CIZBIZ KÖFTE		
PORSİYON MİKTARI	5 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
½	Kg	Dana Kıyma
1	Su Bardağı	Köftelik İnce Bulgur
1	Adet	Kuru Soğan
½	Demet	Maydanoz
1	Tatlı Kaşığı	Kırmızı Pul Biber
1	Tatlı Kaşığı	Karabiber
1	Çorba Kaşığı	Tuz
YAPILIŞI	<ul style="list-style-type: none">• Tüm malzemeler bir kap içerisinde yoğrulur.• Avuç içerisinde yassı köfteler hazırlanır.• Yarım saat kadar dolapta dinlendirilir.• Tavada ya da mangal ateşinde pişirilir.	



Şekil 26. Bulgurlu Cızbız Köfte

Tablo 2.19. Paça Yemeği

PAÇA YEMEĞİ		
PORSİYON MİKTARI	4 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
8	Adet	Paça
1	Adet	Soğan
1	Adet	Domates
2	Adet	Biber
1	Çay Bardağı	Sıvı Yağ
4	Diş	Sarımsak
YAPILIŞI	<ul style="list-style-type: none">• Koyun paçaları iyice ütölüp temizlenir. Temizlenmiş olan paçaları bir düdüklüye alınır ve iyice haşlanır. Haşlanan paçaları iyice didikleyip etleri bir kenara alınır.• Haşlama suyunu da yine dökülmez ve kenarda bekletilir. Daha sonra ince doğranan soğan ve biber sıvı yağda kavrulur. Domates eklenir.• Domatesler eridiğinde paça erleri eklenir ve süzölmüş olan paça suyu ilave edilir.• Kaynamaya başladıktan 20 dakika sonra ocaktan alınır. Sarımsaklı sirke karışımı ilave edilerek servis edilir.	



Şekil 27. Paça Yemeği

Tablo 2.20. Niğde Kelle Sögüş

NİĞDE KELLE SÖĞÜŞ		
PORSİYON MİKTARI	5 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
200	Gr	Kuzu Beyin
300	Gr	Kuzu Yanak
300	Gr	Kuzu Dil
½	Demet	Kıyılmış Maydanoz
3	Adet	Domates
2	Adet	Kırmızı Soğan
1	Çorba kaşığı	Tuz
1	Tatlı kaşığı	Kimyon
1	Tatlı kaşığı	Kırmızı Pul Biber
5	Adet	İnce Lavaş Ekmeği

YAPILIŞI	
	<ul style="list-style-type: none">• Öncelikle beyin, yanak ve dili bir gece önceden haşlayın ve ince ince dilimleyip buzdolabında bekletilir.• Ertesi gün söğüş malzemeleri olan; baharat, maydanoz ve tuz ile tatlandırılır.• Domatesleri küp şeklinde, kırmızı soğanları da piyazlık doğrayın.• Lavaş ekmeğinin arasına tüm malzemeleri paylaşırın ve rulo şeklinde dürüm yapılıır.



Şekil 28. Niğde Kelle Sögüş

Tablo 2.21. Mazaklı Köftesi

MAZAKLI KÖFTESİ		
PORSİYON MİKTARI	6 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
500	Gr	Yağsız Kıyma
1.5	Su Bardağı	Köftelik Bulgur
1	Adet	Yumurta
2	Çorba Kaşığı	Salça
2	Adet	Kuru Soğan
1	Çorba kaşığı	Kuru Nane
1	Tatlı kaşığı	Pul Biber
1	Çorba kaşığı	Tuz

YAPILIŞI
<ul style="list-style-type: none">• Köftelik malzemeler karıştırılıp iyice yoğrulur.• Daha sonra arada elimizi ıslatılarak fındık büyüklüğünde köfteler hazırlanır.• Ayrı bir tencerede ince doğranmış kuru soğan ve tereyağı kavrulur üzerine salça eklenir ve kuru nane katılır.• Üzerine kaynamış su dökülür ve sonra suyun içine köfteler atılır.• 15 dakika köfteler pişene kadar kaynatılır.• Dilerseniz haşlanmış nohut da ekleyebilirsiniz.



Şekil 29. Mazaklı Köftesi

2.2.5.4. Sebze Yemekleri

Tablo 2.22. Yaprak Ditmesi

YAPRAK DİTMESİ		
PORSİYON MİKTARI	5 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
1	Kg	Taze Asma Yapağı
200	Gr	Dana Kıyma
1	Adet	Kuru Soğan
1	Çay Bardağı	Bulgur
1	Çorba Kaşığı	Tereyağı
1	Çorba Kaşığı	Salça
1	Tatlı Kaşığı	Kırmızı Pul Biber
1	Çorba Kaşığı	Tuz
YAPILIŞI	<ul style="list-style-type: none">• Asma yaprakları ince ince kıyılır.• Bir tencerede kıyma ve ince doğranmış soğanlar iyice kavrulur.• Sonra kıyılmış asma yaprakları ve bulgur ilave edilir.• Salça tuz ve kırmızı pul biber ilave edilir.• Yeterli miktarda sıcak su ilavesi yapılır.• Bulgurlar pişince ocaktan alınır ve isteğe göre sarımsaklı yoğurt ile servis edilir.	



Şekil 30. Yaprak Ditmesi

Tablo 2.23. Erikli Bamya

ERİKLİ BAMYA		
PORSİYON MİKTARI	6 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
250	Gr	Koyun Eti
½	Kg	Taze Bamya
1	Adet	Kuru Soğan
1	Çorba Kaşığı	Tereyağı
3	Adet	Yeşilbiber
1	Su Bardağı	Erik Suyu
2	Adet	Domates
1	Tatlı Kaşığı	Toz Şeker
20	Adet	Sarı Erik
1	Tatlı Kaşığı	Tuz
1	Tatlı Kaşığı	Karabiber
YAPILIŞI	<ul style="list-style-type: none">• Kuşbaşı doğranmış koyun eti yağ ile kavrulur.• İnce doğranmış soğanlar ete ilave edilir ve kavrulmaya devam edilir.• Kuşbaşı doğranmış yeşilbiber ve domates ilave edilir. Taze bamyalar temizlenir ve tencereye ilave edilir. Erikler, erik suyu ve toz şeker ilave edilir.• Tuz ve karabiber ilave edilerek pişmeye bırakılır.	



Şekil 31. Erikli Bamya

Tablo 2.24. Soğanlama

SOĞANLAMA		
PORSİYON MİKTARI	4 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
6	Adet	Kuru Soğan
250	Gr	Dana Kıyma
1	Çorba Kaşığı	Tuz
1	Çorba Kaşığı	Karabiber
1	Çorba Kaşığı	Pul Biber
2	Çorba Kaşığı	Ayçiçek Yağı
1	Çorba Kaşığı	Tereyağı

YAPILIŞI

- Soğanlar ince ince halka şeklinde kesilir.
- İki yemek kaşığı ay çiçek yağı tavada kızdırıldıktan sonra soğanlar eklenir ve kısık ateşte pişirmeye başlanır.
- Soğanlar hafif pembeleşmeye başlayınca kıyma ve baharatlar eklenerek pişirilir.
- Ardından üzerine tereyağı da eklenir ve tereyağı eriyinceye kadar karıştırılır.
- Kıymalar pişince ocaktan alınır.



Şekil 32. Soğanlama

Tablo 2.25. Etli Lahana Sarması

ETLİ LAHANA SARMASI		
PORSİYON MİKTARI	8 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
250	Gr	Koyun Eti
1	Adet	Lahana
4	Adet	Kuru Soğan
2	Çorba Kaşığı	Biber Salçası
1	Su Bardağı	Pirinç
2	Adet	Domates
1	Tatlı Kaşığı	Kuru Nane
1	Tatlı Kaşığı	Tuz
1	Tatlı Kaşığı	Karabiber
1	Adet	Limon
YAPILIŞI	<ul style="list-style-type: none">• Orta boy bir lahana sapı alındıktan sonra kaynamakta olan büyük bir tencerenin içerisine ters bir şekilde konular. 4/5 dakika sonra lahanaların dış yaprakları pişmeye başladıkça buzlu su dolu bir kabın içerisine çıkartılır.• Ayrı bir yerde pirinç yıkanır ve bir tencerede ince ince doğranmış soğanlar kavrulur. Kavrulan soğanların içerisine küçük kuşbaşı doğranmış koyun eti ilave edilir. Salçanın yarısı ilave edilerek baharatları ve tuzu eklenir. Soğuyan iç harç eşit büyükteki lahana yapraklarına dağıtılır ve sıkıca sarılır. Sarılan lahana sarmaları altı geniş bir tencereye dizilir.• Üzerine kalan salça ve rende domateslerden bir sos hazırlanır. Lahanaların en üstüne limon sıkılır ve dağılmamaları için ağır bir tabak konular. Kısık ateşte pişirilen lahana sarmaları biraz dinlendikten sonra yoğurt ile servis edilebilir.	



Şekil 33. Etli Lahana Sarması

Tablo 2.26. Kuru Erikli Pırasa

KURU ERİKLİ PIRASA		
PORSİYON MİKTARI	6 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
½	Kg	Pırasa
2	Adet	Kuru Soğan
3	Çorba Kaşığı	Ayçiçek Yağı
1	Tatlı Kaşığı	Toz Şeker
15	Adet	Kuru Erik
1	Adet	Limon
1	Tatlı Kaşığı	Tuz
1	Tatlı Kaşığı	Karabiber

YAPILIŞI

- İnce doğranmış soğanlar bir tencerede ayçiçek yağıyla birlikte kavrulur.
- Daha sonra temizlenip eşit bir şekilde doğranan pırasalar tencereye ilave edilir.
- Pırasaların üzerine tuz, karabiber ve toz şeker ilave edilir.
- Kuru erikler kuşbaşı doğranıp tencereye ilave edilir ve pırasalar pişmeye bırakılır.
- Ocaktan almadan önce limon sıkılır ve tencerenin içerisinde soğuduktan sonra servis edilir.



Şekil 34. Kuru Erikli Pırasa

2.2.5.5. Tatlılar

Tablo 2.27. Patates Tatlısı

PATATES TATLISI		
PORSİYON MİKTARI	6 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
500	Gr	Patates
50	Gr	İrmik
50	Gr	Pudra Şekeri
1	Adet	Yumurta
1	Adet	Kabartma Tozu
50	Gr	Tereyağı
500	Gr	Toz Şeker
500	Ml	Su
100	Gr	Ceviz İçi
2	Adet	Çubuk Tarçın

YAPILIŞI	
	<ul style="list-style-type: none">• Patatesler yıkandıktan sonra kabuklu bir şekilde bir tencerede haşlanır. Daha sonra soğumadan kabukları soyulur ve bir karıştırma kabına rendelenir.• İçerisine tereyağı ilave edilerek karıştırılır. Daha sonra diğer malzemeler eklenerek homojen bir kıvam elde edilene kadar karıştırılır.• Patates tatlısı harcı bir sıkma torbasına alınarak fırın tepsisine şekiller verilir. Üzeri ceviz içi ile süslenerek önceden ısıtılmış 175 fırında pişirilir.• Ayrı bir tencerede toz şeker ve su kaynatılarak şerbeti hazırlanır. Aroma vermesi için şerbete çubuk tarçın ilave edilir.• Altın sarısı renginde kızaran patates tatlısına sıcak şerbet dökülür ve dinlendirilir.• Ilık veya soğuk olarak servis edilir.



Şekil 35. Patates Tatlısı

Tablo 2.28. Köfter Kavurması

KÖFTER KAVURMASI		
PORSİYON MİKTARI	5 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
10	Dilim	Köfter
2	Çorba Kaşığı	Tereyağı
1	Çay Bardağı	Toz Şeker
1	Çay Bardağı	Su
1	Çay Bardağı	Ceviz İçi
YAPILIŞI	<ul style="list-style-type: none">• Köfter küçük küpler halinde doğranır.• Tereyağı ile bir tavada kavrulur.• Su ve toz şeker ilave edilir.• Kısık ateşte çektirilir.• Ilıkken üstüne bol ceviz serpilerek servis edilir.	



Şekil 36. Köfter Kavurması

Tablo 2.29. Paluza

PALUZA		
PORSİYON MİKTARI	10 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
1	Su Bardağı	Toz Şeker
1	Su Bardağı	Nişasta
1	Su Bardağı	Pekmez
9	Su Bardağı	Su
1	Su Bardağı	Ceviz İçi
YAPILIŞI	<ul style="list-style-type: none">• Tüm malzemeler soğukken bulamaç haline getirilir.• Tencerede kısık ateşte topaklandırmadan karıştırarak pişirilir.• Paluza koyulaşınca ateşten alınır.• Arzuya göre tek tek ıslatılmış kâselere veya bir tepsiye dökülerek soğutulur.• Karelere kesilerek üzerine ceviz serpilerek servis edilir.	



Şekil 37. Paluza

Tablo 2.30. Halveter

HALVETER		
PORSİYON MİKTARI	4 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
1	Kâse	Un
3	Çorba Kaşığı	Tereyağı
1	Su Bardağı	Pekmez
1	Çay Bardağı	Ceviz İçi
1	Çay Kaşığı	Tuz
YAPILIŞI	<ul style="list-style-type: none">• Bir tencerede tereyağı ile un kavrulur.• İstenilen renk elde edilince ocağın altı kısılır ve pekmez yavaş yavaş eklenerek sürekli karıştırılır.• Tuz eklenerek kısık ateşte çektilir.• Helva kıvamına gelince ateşten alınır.• Tabaklara alınır ve ceviz ile süslenerek servis edilir.	



Şekil 38. Halveter

Tablo 2.31. Cevizli Misket Elma Dolması

CEVİZLİ MİSKET ELMA DOLMASI		
PORSİYON MİKTARI	8 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
8	Adet	Misket Elması
1	Su Bardağı	Ceviz İçi
1	Su Bardağı	Toz Şeker
2	Su Bardağı	Su
1	Tatlı Kaşığı	Tarçın
1	Kâse	Kaymak
YAPILIŞI	<ul style="list-style-type: none">• Aynı boyda seçilmiş misket elmalarının kabukları soyulur ve sapları koparılır.• Bir ocak yardımıyla içleri oyulur.• Elmaların oyuk kısımlarına iri çekilmiş ceviz içi ile tarçın karıştırılarak doldurulur.• Geniş bir tencereye dizilerek üzerine şeker serpilir.• Su konarak tencerenin kapağı kapatılır ve kısık ateşte elmalar yumuşayana kadar pişirilir.• Misket elması dolmaları tabağa alınır. Üzerine kaymak ve ceviz içi konularak servis edilir.	



Şekil 39. Cevizli Misket Elma Dolması

Tablo 2.32. Sarıġı Burma (Tirtıl Baklavası)

SARIġI BURMA (TIRTIL BAKLAVASI)		
PORSİYON MİKTARI	10 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
1	Adet	Yumurta
4	Su Bardağı	Un
4	Çorba Kaşığı	Yoğurt
1	Çay Bardağı	Sıvı Yağ
1	Çay Kaşığı	Tuz
1	Adet	Limon
1	Çay Bardağı	Kül
4	Su Bardağı	Su
4	Su Bardağı	Toz Şeker
1	Su Bardağı	Ceviz İçi
250	Gr	Tereyağı
1	Su Bardağı	Nişasta
YAPILIŞI	<ul style="list-style-type: none">• Önceden 2 bardak su içerisine 1 çay bardağı odun külü konularak çökmesi beklenir. Daha sonra kül üstü su karışmadan alınır ve süzölür.• Bir kaba un, yumurta, yoğurt, sıvı yağ, tuz, yarım limonun suyu ve kül suyu alınır kulak memesi kıvamında yoğurular ve yarım saat üzerine nemli bir bez örtölerek dinlendirilir. Hamurdan yumurta büyüklüğünde bezeler alınır. Bezeler nişasta yardımıyla bir tepsi büyüklüğünde incecik açılır. Eritilmiş tereyağı yufkaya fırçayla ince bir tabaka sürölür. Daha sonra yufkaların tüm yüzeyine ceviz içi serpilir. Oklava ile gevŐek bir Şekilde sarılır ve iki yanından ortaya doğru büzüştürölür. Büzüştürölün yufkalar tepsiye çekilir ve düzgünce dizilir. Bıçak yardımıyla üçer parmak aralığıyla kesilir ve tereyağı gezdirilir.• 200 derecede önceden ısıtılmış fırında altın sarısı rengini alana kadar pişirilir. Fırından ıkarılan baklavaya ılıynca ılık Şerbet dökölür. Soğuyunca cevizle birlikte servis edilir.	



Şekil 40. Sarıġı Burma (Tirtıl Baklavası)

Tablo 2.33. Pekmezli Kaygana

PEKMEZLİ KAYGANA		
PORSİYON MİKTARI	5 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
3	Adet	Yumurta
1	Su Bardağı	Un
1	Su Bardağı	Pekmez
1	Çorba Kaşığı	Tereyağı
YAPILIŞI	<ul style="list-style-type: none">• 1 Çırpma Kabında Yumurtalar Çırpılır.• 1 Bardak Un Elenerek Eklenir ve Hamur Elde Edilir.• Tereyağı Tavada Eritilir. Hafif Isınınca Kaygana Hamuru Tavaya İnce Bir Tabaka Dökülür.• Altı Kızarmınca Ters Düz Edilir.• Ayrı Bir Kapta Pekmez Hafifçe Sulandırılınca Isıtılır.• Kayganaların Üzerine Gezdirebilir ve İsteğe Göre Cevizle Servis Edilir.	



Şekil 41. Pekmezli Kaygana

Tablo 2.34. Çamardı Halka Tatlısı

ÇAMARDI HALKA TATLISI		
PORSİYON MİKTARI	10 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
3	Su Bardağı	İrmik Unu (Sarı Un)
1	Çay Bardağı	Un
10	Gr	Yaş Maya
400	Ml	Su
1	Tatlı Kaşığı	Tuz
1	Lt	Sıvı Yağı
4	Su Bardağı	Toz Şeker
2	Su Bardağı	Su

YAPILIŞI	
	<ul style="list-style-type: none">• 4 su bardağı şeker ve 2 su bardağı su tencereye alınır ve kaynatılır. Kaynamaya başladıktan 20 dakika sonra ocağın altı kısılır.• Ocaktan almaya yakın birkaç damla limon suyu eklenir. Soğuması için şerbet bir kenara alınarak bekletilir. İrmik unu, un, tuz, yaş maya ve ılık su bir kap içerisinde hızlıca karıştırılır. Nemli bir bez kapatılarak 20 dakika dinlendirilir. Dinlenen hamur 8 mm'lik duy torbalarına doldurulur. Bir tencerede sıvı yağ iyice kızdırılır.• Kızdırılmış yağın içine hazırladığımız hamur halka olacak şekilde sıkılır ve uçları birleştirilir. Her tarafı kızarıncaya yağdan alınır ve direk soğuk şerbete bandırılır.



Şekil 42. Çamardı Halka ve Niğde Kıvrım Tatlısı

Tablo 2.35. Kuru Zerdali Dolması

KURU ZERDALİ DOLMASI		
PORSİYON MİKTARI	6 KİŞİLİK	
MİKTAR	BİRİM	MALZEMELER
30	Adet	Kuru Zerdali
½	Kâse	Pirinç
50	Gr	Ceviz İçi
1	Çorba Kaşığı	Tereyağı
3	Çorba Kaşığı	Pekmez
½	Çay Bardağı	Toz Şeker
½	Çay Bardağı	Su
50	Gr	Kaymak

YAPILIŞI

- Kuru zerdalileri bir kabın içerisinde sıcak suda ıslatıp bekletilir.
- Daha sonra pirinci yıkayıp zerdalilerin içerisine doldurulur
- Ocakta pişirmek için tüm zerdalileri doldurduktan sonra bir tencereye dizip üzerine pekmezi, tereyağını, suyu ve toz şekeri ilave edilir.
- Yaklaşık 20 dakika kısık ateşte pişirilir.
- Hazır olan kuru zerdali dolmalarını bir tabağa koyduktan sonra ceviz içi ve kaymak ile servis edilir.



Şekil 43. Kuru Zerdali Dolması

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖRESEL YİYECEK VE İÇECEKLERİN GASTRONOMİ TURİZMİNE ETKİLERİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: NİĞDE İLİ ÖRNEĞİ

3.1. Araştırmanın Amacı

Yapılan çalışmanın amacı; Niğde yöresine ait yemekleri tespit edilerek bu ürünler üzerinde bilgi sahibi olduğu düşünülen paydaşlarla birlikte aslına uygun reçeteler geliştirmek, reçeteleri birebir uygulayarak elde edilen yöresel lezzetlerin gastronomi turizmine olan etkilerini belirleyebilmektir.

3.2. Araştırmanın Önemi

Bu çalışma, Niğde mutfak kültürünü meydana getiren yöresel yiyecek ve içecek reçetelerinin kayıt altına alınması ve mevcut bölge mutfağının korunması ile gelecek nesillere aktarılması için kaynak gösterilebilme yönünden önem taşımaktadır. Nitekim Niğde'nin birçok medeniyete ev sahipliği yapması, bölgede yapılan kazılarda MÖ 10.000 yılına ait olduğu tespit edilen çeşitli çanak, çömlek, bardak ve ocak tipleri gibi kalıntılar ile bölge mutfak kültürünün çok köklü bir tarihi geçmişe dayandığı ifade edilebilir (Niğde İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2021).

Dolayısıyla Niğde'nin kendisine özgün kültürel bir mutfak çeşitliliğine sahip olduğu söylenebilir.

Bu bağlamda yapılan çalışmanın önemi; bir taraftan Niğde yöresel yiyecek ve içeceklerini tespit ederek kayıt altına alınması ve daha sonra yapılacak bilimsel çalışmalarda kullanılabilirliğine, diğer taraftan ise belirlenen reçeteler yardımıyla Niğde yöresel mutfak kültürünün gastronomi turizmi açısından stratejik gelişimine katkı sağlayabilmesidir.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın temel problemine ve belirlenen amaçlarına uygun olarak yapılan çalışmada tümevarım yaklaşımı benimsenerek, nitel araştırma yöntemlerinden yüz yüze görüşme tekniği uygulanmıştır (Stewart ve Cash, 1991). Görüşmelerde yarı yapılandırılmış soru formuyla görüşme yaklaşımı kullanılmıştır (Patton, 1987).

Nitel araştırma yöntemi araştırmanın temel problemine ilişkin elde edilen bilgi ve bulguların detaylıca incelenmesini gerektirir. Bu yöntem ile elde edilen her bir küçük bilgi notlarının toplanmasıyla bütüne ulaşmak hedeflenmektedir. Nitel araştırma yöntemi sayesinde ulaşılan verilerin yapısı, kaynak olarak belirlenen kişilerden sözlü, yazılı veya beden dili gibi araçlarla elde edilen verilerin betimsel ya da metinsel analiz edilmesi üzerine kurulu bir yöntemdir (Kozak, 2017:33).

Belirtilen araçlara örnek olarak araştırmacının görüşme sırasında tuttuğu notlar, izin verilmesi sonucu çektiği fotoğraflar, ses kayıtları ve yaptığı röportajlar verilebilir. Nitekim nitel araştırma yöntemleri üç temel özelliğe sahiptir. Nitel araştırma kullanılarak elde edilen sonuçlar yönlendirilmemiş kanıt niteliğindedir. Araştırmalardaki amaç, konu ile ilgili genellemelerde bulunmak değil, bu yöntem sayesinde elde edilen tüm verilerin yorumlanabilmesidir. Nicel verilere ait sayılara yer verilmemesi nitel araştırma yöntemlerinin temel özellikleri arasındadır (Toloie-Eshlaghy vd., 2011:106-107).

Araştırmada nitel araştırma yönteminin kullanılmasının nedeni ise; yöresel yiyecek ve içeceklerin gastronomi turizmüne etkilerini incelemek için nicel yöntemlerin Niğde’de bulunan bilgi kaynağı yaşayan insanlardan ve Niğde merkezde yer alan yiyecek içecek ile ilişkili işletmeleri temsilen görüşülen kişilerden bilgi akışının sağlanması aşamasında kaynak olarak seçilen kişilerin ifadelerini sınırlandıracağına düşünülmüştür. Bu sebeple çalışmada nitel araştırma yönteminin kullanılmasının daha ayrıntılı bir sonuç vereceği değerlendirilmiştir.

Fenomenolojik araştırma kapsamında amaçlı örneklemeyle çeşitli kategorilerdeki yiyecek içecek işletmelerine, otel yöneticilerine, acentelere, Niğde Turizmciler Derneği ve Niğde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğüne ulaşarak geniş çerçevede temsil gücü amaçlanmıştır (Patton, 2002).

3.4. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırma evrenini Niğde ilindeki merkeze bağlı konaklama işletmelerinin, yiyecek içecek ilişkili işletmeleri, oteller ve acentelerin sahipleri ve işletme personelleri, Turizmciler Derneği ve Niğde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü oluşturmaktadır.

Araştırmanın örneklemini ise Niğde merkezde yer alan yiyecek içecek ile ilişkili olan restoran ve lokanta işletmelerinin işletme sahibi ve işletme personeli görevine sahip 20 kişi, Niğde merkezde yer alan turizm işletme belgeli ve belediye belgeli otel işletme sahibi ve işletme personeli olan 8 kişi, Niğde merkezde hizmet gösteren A

grubu turizm ve seyahat acentesi işletme sahibi ve işletme personeli olan 10 kişi, Turizmciler Derneği başkanı ve Niğde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü müdür ve müdür yardımcısı oluşturmaktadır. Ayrıca çalışmada Niğde Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü Aşçılık Programı hocaları ile Niğde Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü'nün paydaş görüşlerine de yer verilmiştir.

Örneklem grubunda yer alan yiyecek içecek ile ilişkili işletmeleri belirleyebilmek ve bu kişilere ulaşabilmek için ise nitel araştırma yöntemi örnekleme tekniklerinden olasılığa dayalı olmayan teknikler içerisinde yer alan kasıtlı örnekleme modelinden yararlanılmıştır. Kasıtlı örnekleme; çeşidinde örnekleme oluşturan kişiler araştırmayı yürüten kişi tarafından yaptığı araştırmaya yönelik problemlerin yanıt bulabileceğine inandığı kişilerden meydana getirilir. Grubu oluşturan kişilerin belirlenmesinde temel ölçüt araştırmacının kendi yargısıdır. Kasıtlı örnekleme modelinde kişiler rastgele seçilmezler (Altunışık vd., 2007:132).

3.5. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Nitel bir araştırma gerektiren çalışmalarda, araştırma konusuna göre verilerin toplanmasında birçok farklı veri toplama tekniğinden yararlanılmaktadır. Literatür incelemesi sonucu veri toplama tekniklerinden en yaygın şekilde kullanılanlarının görüşme, gözlem ve doküman incelemesi olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda yapılan araştırmada veri toplamak için görüşme tekniğinden yararlanılmıştır.

Görüşme tekniği ile araştırmanın konusu hakkında derinlemesine bilgi edinilebilmesi amaçlanmıştır. Görüşme tekniği ile elde edilen küçük veri parçalarının analiz edilip bir araya getirilmelerinin ardından çalışmanın ana probleminin yanıt bulabilmesine zemin hazırlayabileceği öngörülmektedir.

Yapılan çalışmada görüşmeler Covid19 Pandemi süreci, sokağa çıkma kısıtlamaları, salgın koşullarının sürmesi ve yiyecek içecek işletmelerinin hizmetlerine ara vermeleri nedenleriyle her bir görüşme yüz yüze görüşme tekniği ile gerçekleştirilememiştir. Bundan dolayı yüz yüze gerçekleştirilemeyen görüşmeler telefon aracılığı ile sağlanmıştır. Her bir telefonla görüşme süreleri 30 ila 45 dakika arası sürmüştür.

Her bir görüşme ise soru-yanıt şeklinde sağlanmıştır. Görüşmeler mülakat yapılacak kaynak kişilerin müsait oldukları tarih ve saatte gerçekleştirilmiştir. Sözlü görüşmeler katılımcıların izinleri doğrultusunda ses kayıt cihazı ile daha sonra yazıya

dökülmek üzere kaydedilmiştir. Görüşmeler sırasında verilen yanıtlar araştırmacı tarafından not alınmış görüşmelerin sona ermesiyle her bir yanıt bilgisayar aracılığıyla dijital ortama aktarılmıştır. Nitel yöntemlerden biri olan görüşmenin yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış veya yapılandırılmamış şekillerde gerçekleştirilebildiği yer almaktadır. Yapılan çalışmada kullanılan görüşme tekniği yarı yapılandırılmış bir ölçeğe sahip görüşme çeşidi ile gerçekleştirilmiş olup bu ölçeğe uygun olarak hazırlanan bir görüşme formuyla etkin hale getirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinde kaynak kişilere sorulacak olan sorular araştırmacı tarafından belli bir plana göre önceden hazırlanmaktadır. Bu tür görüşme yapılandırılmış görüşme çeşidine karşın daha esnek olmaktadır. Bu teknikte soru sayısı veya sırası içinde bulunulan zorlayıcı bir durumda değiştirilebilmektedir. Araştırmacı görüşmenin seyrine etkide bulunabilmekte hatta kaynak kişinin yanıtlarında daha ayrıntılı bir yaklaşımda bulunabilmesi için talepte bulunabilmektedir. Burada önemli olan nokta, araştırmayı yapan kişinin konusuna vakıf olma durumu olduğu belirtilmektedir (Kozak, 2017:90).

Yarı yapılandırılmış görüşmelerde araştırmacı görüşme sırasında meydana gelen veya gelebilecek değişkenlere yönelik gözlem tekniğinden yararlanarak incelemelerde bulunabilmektedir. Araştırmacı elde ettiği verilerin dikkat mekanizması altında analizlerinin sağlanmasında rol oynayabilir. Araştırmada ihtiyaç duyulan görüşme formu yarı yapılandırılmış bir özelliğe sahip olmak üzere toplam 10 adet açık uçlu görüşme sorusundan oluşmaktadır. Görüşme süreci içerisinde kullanılan görüşme formu yöresel yiyecek ve içecekler ile gastronomi turizmi üzerine alanyazında yer alan bilgilerin incelenmesi sonucu meydana getirilen sorulardan oluşmaktadır (Önal, 2018; Yavuz, 2019; Tuna ve Özyurt, 2018; İlhan, 2018).

Görüşme formunda yer alan soruların uygulamaya geçilmeden önce anlaşılabilirlik düzeylerini kontrol etmek amacıyla Niğde Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü Aşçılık Programı hocaları ile pilot bir deneme yapılmıştır. Soruların hazırlanması için alanyazında yer alan çalışmalar incelenmiş olup ayrıntılı bir literatür taraması yapılmıştır. Tez danışmanının da görüşleri alınarak araştırma soruları hazırlanmıştır. Tüm bu açıklamalar doğrultusunda yapılan araştırma, problem ve belirlenen amaçları açısından derinlemesine betimlemelere ihtiyaç duyduğundan, nitel bir araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Bu araştırma

yöntemine uygun olarak geliştirilen görüşme formunun içeriği ve uygulaması ise şu şekildedir;

Araştırmanın problem ve amacına uygun olarak Niğde Merkezde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri, otel yöneticileri, seyahat acenteleri, Niğde Turizmciler Derneği ve Niğde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünde her birinden temsilen görüşülen kişilere yönelik bir görüşme formu hazırlanmıştır. Görüşme formunun yerli ve yabancı turist veya yerli halktan kişiler değil de alandaki kişilerden meydana gelmesinin sebebi araştırmanın ana probleminin daha doğru ve geçerli yanıt bulabilmesi içindir (EK-1).

Belirlenen bu amaçlar doğrultusunda yiyecek-içecek ile ilişkili işletmelerin ve otellerin her birinden temsilen görüşülen kişilerle sağlıklı ve amaca uygun bir görüşmenin sağlanabilmesi için ise toplam 10 adet soru hazırlanmış ve uygulanmıştır.

Ayrıca ilk 5 soru Niğde merkezde bulunan A grubu acenteler, Niğde Turizmciler Derneği ve Niğde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ile gerçekleştirilmiştir. Bu katılımcılara görüşmedeki tüm soruların sorulmamasının nedeni ise diğer soruların yiyecek içecek işletmelerini ve mutfak alanını ilgilendiren sorular olmasıdır.

Yarı yapılandırılmış görüşme formunda yer alan sorular açık uçlu sorulardan oluşmaktadır. Bunun sebebi görüşmeler sırasında yer, zaman veya anlaşılama gibi olası bir durumdan oluşabilecek birtakım olumsuzluklara karşı önlem alınması gerekliliğidir. Açık uçlu sorular yardımıyla yarı yapılandırılmış görüşmelerin gerçekleştirilmesi sayesinde konu hakkında bilgi sahibi olan kaynak kişilerden ilave sorular yardımıyla bilgilerin derinlemesine incelenebilmesinin önü açılması sağlanacak ve görüşmelerin kesintiye uğrayabilme durumları engellenebilecektir.

Ayrıca etik hassasiyet gereği katılımcılar belli başlı kodlar kullanılarak kodlanmıştır.

3.6. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Araştırmanın kapsamını; Niğde iline bağlı Merkez ilçesi oluşturmaktadır. Yöresel yiyecek ve içeceklerin gastronomi turizmine olan etki düzeyini araştırmak ve buna bağlı olarak belirleyip ortaya çıkarmak için söz konusu olan Niğde Merkez ilçesi araştırma kapsamı olarak belirlenmiştir.

Araştırma 41 katılımcıyla Niğde Merkez ilçesi sınırları içerisinde gerçekleştirilmiştir. Niğde'nin Merkez ilçesinde yer alan yiyecek içecek işletmeleri, otel yöneticileri, acentelere, Niğde Turizmciler Derneği ve Niğde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ile

her birinden temsilen görüşülen kişilerin vermiş oldukları yanıtlar ile sınırlıdır. Ayrıca çalışmada Niğde Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü Aşçılık Programı hocaları ile Niğde Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü'nün paydaş görüşlerine de yer verilmiştir. Araştırma soruları, görüşme formunda yer alan sorular ile sınırlıdır.

Ayrıca yapılan çalışmada görüşmeler Covid19 Pandemi süreci, sokağa çıkma kısıtlamaları, salgın koşullarının sürmesi ve yiyecek içecek işletmelerinin hizmetlerine ara vermeleri nedenleriyle her bir görüşme yüz yüze görüşme tekniği ile gerçekleştirilememiştir.

Sokağa çıkma kısıtlamaları, salgın koşullarının sürmesi ve yiyecek içecek işletmelerinin hizmetlerine ara vermeleri nedenleriyle yöneticilere ve alanında uzman personele ulaşmada zorluklar yaşanmıştır.

Ayrıca bu olumsuzluklardan dolayı araştırma örneğine 41 kişinin dahil edilmesi, araştırmanın sınırlılıkları olarak kabul edilmektedir. Ancak nitel araştırma modelleri açısından bu örneklem sayısı yeterlidir. Bu örnekleme elde edilen bulgular da araştırma amacına hizmet etmekte ve tatmin edici düzeydedir.

3.7. Araştırma Verilerinin Analizi

Nitel bir araştırma özelliği taşıyan çalışmalar incelendiğinde elde edilen verilerin analiz edilmesinde farklı birçok veri analiz yaklaşımlarının benimsendiği görülmektedir.

Konu ile alakalı olarak farklı yazarlar tarafından benimsenen bazı nitel veri analiz çeşitleri ve süreçleri aşağıda verilmiştir:

Wolcott (1994), nitel çalışmaların veri analizinde üç farklı yöntemi savunmakta ve önermektedir. Birinci yöntem; elde edilen verilerin orijinal formlarına bağlı kalınarak gerektiği aşamada kaynak olarak görüşülen kişilerin ifadelerini doğrudan yazıya geçirerek betimsel bir yaklaşım ile toplanan tüm verileri sunulmasıdır. İkinci yöntem; bahsedilen birinci yaklaşımı da kapsayacak bir şekilde konuyla alakalı nedensel ve açıklayıcı sonuçlara ulaşmak amacıyla sistematik analiz yapılması, yani betimsel bir yaklaşım ile sunulan verilerin konu ile ilgili bazı temalar altında ifade edilmesi ve bu temalar arasında ilişki kurulmasıdır. Üçüncü yöntem ise; birinci ve ikinci yaklaşımı temel alarak araştırmacının kendi yorumlarını da dâhil etmesi sürecini kapsamaktadır (Wolcott 1994'ten aktaran Yıldırım ve Şimşek, 2016:237).

Dey (1993)'e göre nitel veri analiz süreci betimleme, sınıflama ve ilişkilendirme olmak üzere üç aşamadan meydana gelmektedir. Betimleme aşamasında, araştırmacı tarafından toplanan veriler kapsamlı bir biçimde tanımlanarak, bu yol ile okuyucunun sürece ilişkin tüm bilgileri birinci kaynaktan elde edinmesi sağlanır. Sınıflama aşamasında veriler kodlanarak sınıflandırılır ve son olarak ilişkilendirme aşamasında ise belirli temalar kapsamında sınıflandırılan veriler birbiri ile ilişkilendirilip yorumlanmaktadır (Dey 1993'ten aktaran Yıldırım ve Şimşek, 2016:239).

Çalışma kapsamında yapılan görüşmeler sonucu elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi ile değerlendirilip yorumlanmıştır. Betimsel analiz elde edilen verilerin daha önceden belirlenmiş olan temalara göre özetlemesine ve yorumlanmasına dayanan analiz çeşididir. Betimsel analiz yöntemiyle elde edilen veriler araştırmaya uygun olarak hazırlanan soruların ortaya koyduğu temalara yönelik düzenlenebileceği gibi, görüşme ve gözlem süreçlerinin sistematik olarak ilerlemesi için oluşturulan soruların dikkate alınmasıyla da sunulabilmektedir. Betimsel analiz çeşidinde görüşmeler sırasında konu ile alakalı bilgisi alınan kaynak kişilerin görüşleri ise çalışmanın içerisine doğrudan alıntı yapılarak orijinal halleriyle eklenmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016:239).

Bu bağlamda elde edilen veriler görüşme formunda yer alan sorulara göre sınıflandırılması yapılmıştır. Daha sonra veri toplama süreci sırasında elde edilen ek bilgilerin de içerisine ilave edilmesi sağlanarak değerlendirilip yorumlanmıştır. Son olarak görüşmeler sırasında tespit edilen durumlar, bulgular bölümünde açığa çıkarılan veriler arasında ilişki kurularak araştırmanın sonuç ve öneriler bölümü kısmının hazırlanmasına yardımcı olmuştur.

3.8. Araştırma Sonucunda Elde Edilen Bulgular

Bulgular; Görüşme Yapılan Kişilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular, Niğde Yöresel Yemeklerinin Katılımcılar Tarafından Bilinme Durumu ve Niğde'ye Özgü Unutulmaya Yüz Tutmuş Yöresel Yiyecek ve İçeceklere İlişkin Bulgular, Yöresel Yiyecek ve İçeceklere Verilen Öneme Yönelik Bulgular ve Bu Yemeklerin Menülerde Yer Verilme Durumuna İlişkin Bulgular, Niğde'nin Gastronomik Lezzetlerinden Turistlik Açısından Ön Plana Çıkartılması Gerekenler ve Bu Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Gastronomi Turizmi Kapsamında İşletmelerin Menülerine Dahil Edilmesi Durumuna İlişkin Bulgular, Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Gastronomi Turizmine Katkılarına İlişkin Bulgular, Niğde'nin Gastronomi Turizmi

Açısından Eksik Yönleri ve Gastronomi Turizmi Kapsamında Yapılması Gerekenlere İlişkin Bulgular, İşletmelerin Müşteri Potansiyeli Dağılımına İlişkin Bulgular, İşletmelerin Menüsünde Niğde'ye Özgü Yiyecek ve İçeceklerin Yer Verilme Durumu ve En Çok Tercih Edilen Yemeklere İlişkin Bulgular, Yöresel Yemeklerin Menülerde Yer Verilmemesine İlişkin Bulgular, Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin İşletmelerin Tercih Edilmesindeki Rolüne İlişkin Bulgular, Yöresel Yiyecek ve İçecekleri Tüketen Müşterilerin Tekrardan İşletmeye Gelme Durumuna İlişkin Bulgular, Geri Dönütlerine İlişkin Bulgular ve Alanında Uzman Kişilerin Paydaş Görüşleri olmak üzere, sorulan sorulara paralel olarak on iki alt başlık altında aşağıda sunulmaktadır.

3.8.1. Görüşme Yapılan Kişilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında her bir işletmeden temsilen görüşülen kişiler ile ilgili bilgiler oran ve yüzde dağılımlarıyla Tablo 3.1'de verilmiştir. Katılımcılar ile ilgili verilen bu bilgilerde sırasıyla görüşülen her bir kişinin cinsiyeti, yaşı, eğitim düzeyi, bulunduğu işletmedeki pozisyonu ve sektördeki deneyim süresi belirtilmektedir. Bununla birlikte araştırma etiğine uygun olarak katılımcıların kimliklerini açık bir şekilde belirtmemek amacıyla metot kısmında her bir yiyecek içecek işletmesi ve otel işletmesinde temsilen görüşülen kişiler için A1, A2, A3... şeklinde, acente ve diğer paydaş kişiler için B1, B2, B3... şeklinde kodlanmış olup, belirtilen bu sıra görüşme sırasını temsil etmemektedir.

Tablo 3.1. Görüşme Yapılan Kişilerin Demografik Özellikleri

Değişkenler	Gruplar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	32	78
	Kadın	9	22
	Toplam	41	100
Yaş	20-29 Yaş	7	17,1
	30-39 Yaş	10	24,4
	40-49 Yaş	11	26,8
	50- 59 Yaş	10	24,4
	60-69 Yaş	3	7,3
	Toplam	41	100
Eğitim Düzeyi	İlkokul	10	24,4
	Lise	19	46,3
	Üniversite	12	29,3
	Toplam	41	100
Çalışılan Pozisyon	İşletme Sahibi	10	24,4
	İşletme Müdürü	7	17,1
	Genel Müdür	4	9,7
	Mutfak Şefi	7	17,1
	Mutfak Elemanı	8	19,5
	İşletme Çalışanı	5	12,2
	Toplam	41	100
Sektör Deneyim Süresi	5 Yıldan Az	4	9,7
	5-10 Yıl	9	22
	11-20 Yıl	14	34,1
	21-30 Yıl	9	22
	31-40 Yıl	5	12,2
	Toplam	41	100

Tablo 3.1'de görüldüğü üzere katılımcıların %22'si kadın, %78'si erkektir. Katılımcıların %17,1'i 20-29 yaş arasında, %24,4'ü 30-39 yaş arası, %26,8'i 40-49 yaş arası, %24,4'ü 50-59 yaş arası ve %7,3'ü 60-69 yaş arası aralığında olduğu tespit edilmiştir. Buna göre yapılan araştırma kapsamında yer alan katılımcıların çoğunluğunun erkek olduğu ve katılımcıların ağırlıklı olarak %26,8'lik bir oran ile 40-49 yaş arasında bulunan kişilerden oluştuğu ifade edilebilir.

Katılımcıların eğitim düzeyi ile ilgili bilgilere bakıldığında %24,4'ü ilkokul mezunu, %46,3'ü lise mezunu, %29,3'ü üniversite mezunu olduğu belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre katılımcıların çoğunluğunun %46,3'lük bir oran ile lise mezunu olduğu söylenebilir.

Katılımcıların çalışmakta oldukları işletmedeki pozisyonları ile ilgili veriler incelendiğinde %24,4'ünün işletme sahibi olduğu, %17,1'inin işletme müdürü olduğu, %9,7'sinin genel müdür olduğu, %17,1'inin mutfak şefi olduğu, %19,5'inin

mutfak elemanı olduğu ve %12,2'sinin işletme çalışanı olduğu görülmüştür. Elde edilen verilere göre katılımcıların %24,4'lük bir oran ile çoğunluğunun işletme sahibi olduğu ifade edilebilir.

Katılımcıların sektör deneyim süresi ile ilgili bilgileri incelendiğinde %9,7'si 5 yıldan az, %22'si 5-10 yıl arası, %34,1'i 11-20 yıl arası, %22'si 21- 30 yıl arası ve %12,2'si 31-40 yıl arası sektör deneyim süresi olduğu saptanmıştır. Buna göre katılımcıların çoğunluğunun %34,1'lik bir oran ile 11-20 yıl arası sektör deneyim süresi olan kişiler tarafından oluşturduğu söylenebilir.

3.8.2. Niğde Yöresel Yemeklerinin Katılımcılar Tarafından Bilinme Durumu ve Niğde'ye Özgü Unutulmaya Yüz Tutmuş Yöresel Yiyecek ve İçeceklerle İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında görüşülen kişilere ilk olarak Niğde'nin yöresel yiyecek ve içeceklerini bilme durumları hakkındaki düşünceleri sorulmuştur. Aynı soru doğrultusunda "Bahsedilen unutulmaya yüz tutmuş yöresel yiyecek ve içecekleri nelerdir?" soruları yöneltmiştir. İkinci soruya verilen yanıtlar incelenmiş ardından ortaya çıkan ifadeler Tablo 3.2'de gruplandırılmıştır.

Tablo 3.2. Katılımcıların Niğde Yöresel Yemeklerinin Katılımcılar Tarafından Bilinme Durumu ve Niğde'ye Özgü Unutulmaya Yüz Tutmuş Yöresel Yiyecek ve İçeceklerine İlişkin Görüşleri

Kategoriler	Katılımcı Sayısı	Kodlar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Niğde'nin Yöresel Yemeklerinin Bilinme Durumu		Evet Biliyorum	23	56,1
		Hayır Bilmiyorum	6	14,6
		Kısmen Biliyorum	12	29,3
Niğde'ye Özgü Unutulmaya Yüz Tutmuş Yöresel Yiyecek ve İçecekler	41	Mazaklı/Topalak/Sulu Köfte	9	22
		Üzüm Boranisi/Üzümlü	18	44
		Peynirli Cevizli Erişte Pilavı	9	22
		Karın Kurutma	6	14,6
		Mumbar Kurutma	6	14,6
		Mangır Çorbası	10	24,4
		Koruklu Bamya	5	12,2
		Göğ Domates Musakkası	3	7,3
		Sütlü Pancar Çorbası	7	17
		Orta Dolma	8	19,5
		Lahana Kapama	3	7,3
		Paça Tirit	7	17
		Örfene	7	12,2
		Pancar Pezziği	5	12,2
		Soğanlama/Soğan Öldürmesi	7	17
		Köfter Kavurması	5	12,2
		Ciğerli Bulgur Pilavı	2	4,8
		Sarığı Burma/Tırtıl Baklavası	2	4,8
		Yaprak Ditmesi	3	7,3
		Ayva Boranisi	9	22
		Oğma Çorbası	5	12,2
		Pirinçli Kayısı Dolması	5	12,2
		Sütlü Kabak Çorbası	3	7,3
		Et Kabağı Yemeği	3	7,3
		Kuzu Etli Çağla Yemeği	4	9,7
		Pancar Boranisi	2	4,8
		Büzeyden	3	4,8
Erikli Pırasa	4	9,7		
Bossulu	9	22		
Yumurtalı Yufka Ditmesi	2	4,8		

Tablo 3.2'de görüldüğü üzere araştırma için temsilen görüşülen kişilere “Niğde'nin yöresel yemeklerini biliyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Verilen yanıtlarda Niğde'nin yöresel yemeklerinin bilinme durumunun 23 kişi tarafından %56,1'lik oran ile bilindiğini, 6 kişi tarafından %14,6'lık oran Niğde'nin yöresel yiyecek ve

içecekleri hakkında herhangi bir bilgiye sahip olmadığını aktarmıştır. Kalan 12 kişi tarafından %29,3'lük oran ise kısmen bildiğini ifade etmiştir. Niğde'nin yöresel yemeklerini bilen bir katılımcının ifadesi şu şekildedir:

Niğde'nin en eski ustalarından 1920 yıllarında yaşayan "Aşçı Mehmet Karga" Rum halkına Niğde yemeklerini yapmaktaydı. Aşçı Mehmet 1965 Nisan ayında vefat etti. Ben bu ustanın 4. Kuşak ırağıyım. alışmış olduğum lokanta Niğde'nin en eski lokantalarındandır ve 100 yılı aşmış bir süredir Niğde halkına hizmet etmektedir. Aşçı Mehmet ustanın bir çırağı olarak Niğde'nin yöresel yemeklerini çok iyi biliyorum (A3).

Niğde'nin yöresel yemeklerini kısmen bilen birkaç katılımcının ifadesi ise şu şekildedir:

Niğde'nin yöresel yemekleri hakkında çok fazla bilgim yok. Niğde yemekleri deyince aklıma sadece Niğde tava, Bor söğürme ve Niğde tahinli pidesi geliyor. Diğer Niğde yemekleri hakkında maalesef bir bilgim yok (A9, A10, A12, B1, B2, B7).

Niğde'nin yöresel yemekleri ile ilgili çok fazla bilgim yok. Eskiden anneannem ve babaannem Niğde'nin geleneksel yemeklerini yaparlardı. Günümüzde bu yemekleri bilen de yapan da yok (A1).

Niğde'nin yöresel yemeklerini bilmeyen bir katılımcının ifadesi ise şu şekildedir:

Ben aslen Kayseriliyim. Niğde'ye birkaç yıl önce işim nedeniyle taşındım. Bu yüzden Niğde yemek kültürü hakkında bir bilgiye sahip değilim (B9).

Ayrıca Tablo 3.2'de Niğde'ye özgü bildiğiniz özellikle unutulmaya yüz tutmuş yöresel yiyecek ve içecek var mıdır? sorusuna verilen yanıtlar sonucunda 18 katılımcı en fazla %44'lk oran ile "zm boranisi/zml" yemeğini daha sonra onu %24,4'lk oran ile "mangır orbasi" yemeği, %22'lik oranlar ile "bossulu", "mazaklı/topalak/sulu köfte", "peynirli cevizli erişte pilavı" ve "ayva boranisi" yer alırken; 8 katılımcı ise %19,5'lik bir oran ile "orta dolması" yemeğini Niğde'nin unutulmaya yüz tutmuş lezzetlerinden birisi olduğunu söylemiştir. Unutulmaya yüz tutmuş yöresel yiyecek ve içecekler listesini %17'lik oranlar ile "sütlü pancar orbasi", "paça tirit" ve "soğanlama/soğan öldürmesi" yemeği takip etmiştir. Sakatat yemeklerinden olan "karın kurutma" ve "mumbar kurutma" ise 6 katılımcının %14,6'lık bir oranı ile unutulmaya yüz tutmuş yemekler listesinde yerini almıştır. Konuyla ilgili bazı katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

Eskiden yapılan yöresel yemekler şimdi hiç yapılmıyor. Unutulmuş yemekler arasında ayva boranasi, üzümlü, göğ domates musakkası, tereyağlı köfter kavurması tatlısı, kuru erikli pırasa yemeği ve büzeyden yerini almaktadır (B13).

Başka bir katılımcının ifadesi ise şu şekildedir:

Eskiden düğün ve kınalarda sıklıkla yapılan üzümlü, mazaklı, ciğerli bulgur pilavı, ekşili et kabağı yemeği, ayva boranisi ve erikli bamya yemeği artık yapılmıyor. Bu saydığım yemekler Niğde'nin unutulmaya yüz tutmuş yemekleridir (A27).

İki katılımcının ise Niğde'nin unutulmaya yüz tutmuş yemekleri hakkındaki görüşleri şu şekildedir:

Niğde'nin yöresel yemeklerini gerektiği kadar bildiğimi düşünmüyorum. Fakat sizi sosyal medya aracılığı ile takip ediyorum. Paylaşımınızdan ayva boranisi, üzüm boranisi, orta dolması, soğanlama, kuru erikli pırasa, yaprak ditmesi, lahana kapama, köfter kavurması ve paça tirit gibi unutulmuş Niğde yemeklerini öğrenmiş oldum (A19, A24).

3.8.3. Yöresel Yiyecek ve İçeceklere Verilen Öneme Yönelik Bulgular ve Bu Yemeklerin Menülerde Yer Verilme Durumuna İlişkin Bulgular

Katılımcılara ikinci soru olarak Niğde genelinde yer alan yiyecek içecek ile ilişkili işletmelerin yöresel yiyecek ve içeceklere gereken önemin verilme durumu hakkındaki düşünceleri sorulmuştur. Aynı soru doğrultusunda bahsedilen yöresel yiyecek ve içeceklerin menülerde yer verilme durumuna ilişkin soruları yöneltmiştir. İkinci soruya verilen yanıtlar incelenmiş ardından ortaya çıkan ifadeler Tablo 3.3'te gruplandırılmıştır.

Tablo 3.3. Katılımcıların Yöresel Yiyecek ve İçeceklere Verilen Öneme Yönelik Görüşleri ve Bu Yemeklerin Menülerde Yer Verilme Durumuna İlişkin Görüşleri

Kategoriler	Kodlar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Yöresel Yiyecek ve İçeceklere Verilen Önem	Gereken Önem Veriliyor	2	4,9
	Gereken Önem Verilmiyor	34	82,9
	Kısmen Önem Veriliyor	5	12,2
Yöresel Yemeklerin Menülerde Yer Alma Durumu	Menüde Yer Veriliyor	2	4,9
	Menüde Yer Verilmiyor	22	53,6
	Menüde Kısmen Yer Veriliyor	17	41,5
	Toplam	41	100

Tablo 3.3'te görüldüğü üzere her bir katılımcıya Niğde genelinde yer alan yiyecek ve içecek ile ilişkili işletmeler bölgenin sahip olduğu yöresel yiyecek ve içeceklerine gereken önemi veriyor mu? sorusu yöneltmiştir. Verilen yanıtlar incelendiğinde

%82,9'luk bir oran gereken önem verilmediğini ifade etmiştir. %12,2'lik bir oran ile bölgenin yöresel yiyecek ve içeceklerine işletmeler tarafından gereken önemin kısmen verildiği ifade edilirken %4,9'luk bir oran ile ise bölgenin yöresel yiyecek ve içeceklerine işletmeler tarafından gereken önemin verildiği ifade edilmiştir. Bu konu ile ilişkili olarak bazı katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

Çoğu yiyecek içecek işletme sahibinin yöresel mutfak hakkında bir bilgiye sahip olmaması bununla birlikte bahsedilen konu ile ilgili bilinçlendirilmedikleri için gereken önemi veremiyorlar diye düşünüyorum. Tabii öte yandan müşterilerin talepleri de bu konuda önemli bir husustur (A26, B10, B12).

İşletmelerin çoğu yöresel ürünlere yer vermiyor. Sulu yemek yapan işletme kalmadı diyebilirim. İnsanlar ucuz yemek arıyorlar. Maliyetleri yüksek olan fiyatı pahalı ürünleri tercih etmiyorlar. Fast Food kültürünün etkisinden dolayı varsa yoksa döner, lahmacun, kebab ve kır pidesi yiyorlar. Bu tarz yöresel yemekler yeni nesil tarafından tercih edilmiyor (A20, A22).

Yaylacı Adanalıların etkisinden dolayı Niğde yemek kültürü unutulmuş. Niğde'de bulunan işletmeler bu konuda Niğde yöresel yemeklerine gereken önemi vermiyor. Niğde'nin yöresel lezzetlerinden olan Bor söğürme bile sadece Niğde'nin Bor ilçesinde kasaplarda hazırlanan bir yemek olmakla kalmıştır. Niğde merkezde Adana kebab, pide ve döner ağırlıklı işletmeler ve tüketim bulunmaktadır (B7, A14).

Başta kendi işletmemiz olmak üzere Niğde merkezde bulunan çoğu işletme Niğde yemeklerine gereken önemi veriyorlar. Taş fırını olan lokanta ve restoranlar Niğde tava ve Bor söğürme servis ediyor (A25).

Ayrıca Tablo 3.3'te katılımcılara Niğde'de bulunan işletmeler bu yöresel yemeklere menülerde yer veriyorlar mı? sorusu da yöneltilmiştir. Verilen yanıtlar incelendiğinde %53,6'lık bir oran ile 22 kişi yöresel yemeklerin menülerde yer verilmediğini ifade ederken %41,5'lik bir oran ile 17 kişi ise menülerde kısmen verildiğini ifade etmiştir. %4,9'luk en düşük oranla 2 kişi ise yöresel yiyecek ve içeceklerin menülerde yer verildiğini ifade etmiştir. Bu konu ile ilişkili olarak bazı katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

Niğde merkezde bulunan işletmeler Niğde mutfağına gereken önemi vermiyor. Uygulamada çok geride yer alıyoruz. İl dışından misafirlerimiz geliyor. Niğde'nin yöresel yemeklerini yemek istiyorlar fakat Niğde'de bu yemekleri servis eden bir işletme bile yok (A1, B1, B2, B4)

Menülerde yer veren işletme yok denilecek kadar az. Sadece Niğde tava ve Bor söğürme yapan yerler var. Bu işletmeler ise talep üzerine çalışıyorlar. Bu faaliyeti yapan merkezde sadece birkaç dükkân var (A2).

Yöresel yemeklere menülerde yer veren dükkân çok fazla yok. Niğde merkezde birkaç yer sadece Niğde tava, etli kuru fasulye, kelle paça çorbası, Niğde tava ve kelle söğüş servis ediyor. Onun dışında başka Niğde yemeklerine yer vermiyorlar. Niğde merkezde tescilli ürünümüz olan “Bor söğürme” tavasını oturup yiyeceğimiz bir mekân bile yok. Sadece bu tavayı kasaplar hazırlıyor ve taş fırına veriyorlar (B5, A15).

İşletmeler menülerinde çok nadiren Niğde yemeklerine yer veriyorlar. Niğde merkezde sadece birkaç lokanta sulu yemek üzerine çalışıyor. Niğde'nin coğrafi işaretli ürünü Bor söğürme yemeğini bile Bor'da bulunan kasaplardan başka kimse yapmıyor (A4, A10, A28).

Niğde'de yer alan yiyecek içecek işletmelerinde Niğde tava dışında başka yöresel bir lezzet yer almıyor. Onu da usulüne uygun kara fırında odun ateşinde değil ocakta tas kebabı gibi hazırlıyorlar (B9).

3.8.4. Niğde'nin Gastronomik Lezzetlerinden Turistlik Açıdan Ön Plana Çıkarılması Gerekenler ve Bu Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Gastronomi Turizmi Kapsamında İşletmelerin Menülerine Dahil Edilmesi Durumuna İlişkin Bulgular

Araştırmada görüşülen kişilere üçüncü soru olarak Niğde'nin gastronomik lezzetlerinden turistlik açıdan ön plana çıkarılması gerekenler ve bu yöresel yiyecek ve içeceklerin gastronomi turizmi kapsamında işletmelerin menülerine dahil edilmesi durumu ile ilgili soruları yöneltilmiştir. Üçüncü soruya verilen yanıtlar incelenmiş ardından ortaya çıkan ifadeler Tablo 3.4'te gruplandırılmıştır.

Tablo 3.4. Katılımcıların Niğde'nin Gastronomik Lezzetlerinden Turistlik Açından Ön Plana Çıkarılması Gerekenler ve Bu Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Gastronomi Turizmi Kapsamında İşletmelerin Menülerine Dahil Edilecek Yemeklere İlişkin Görüşleri

Kategoriler	Katılımcı Sayısı	Kodlar	Frekans (n)	Yüzde (%)		
Turistlik Açından Ön Plana Çıkarılması Gereken Niğde'nin Gastronomik Lezzetleri	41	Niğde Tava	18	44		
		Bor Söğürme	30	73,1		
		Üzüm Boranası/Üzümlü	12	29,3		
		Ayva Boranası	7	17		
		Tahinli Pide	14	34,1		
		Sütlü Pancar Çorbası	4	9,7		
		Köfter/Köfter Kavurması	12	29,3		
		Niğde Tarhana Çorbası	5	12,2		
		Orta Dolma	12	29,3		
		Patates Tatlısı/Patates Cezeryesi	6	14,6		
		Kelle Söğüş	6	14,6		
		Çamardı Dondurması	10	24,4		
		Kahvaltı Menüsü				
		Gastronomi Turizmi Kapsamında İşletmelerin Menülerine Dahil Edilmesi Gereken Yemekler		Sızgıt/Hakırdak	8	19,5
				Bazlama/ Şepe	14	34,2
				Çilbir/Çilbirti	3	7,3
Fertek Halkası/Fertek Çöreği	7			17		
Yufka Ekmek Dıtmesi	11			26,8		
Niğde Küp Peyniri	14			34,2		
Mavi Peynir	10			24,4		
Beyaz Kiraz Reçeli	8			19,5		
Öğle ve Akşam Yemeği Menüsü						
				Niğde Tava	13	31,7
		Bor Söğürme	21	51,2		
		Mazaklı/Topalak/Sulu Köfte	8	19,5		
		Niğde Tarhana Çorbası	12	29,3		
		Dut Yaprağı Sarması	6	14,6		
		Sütlü Pancar Çorbası	2	4,9		
		Peynirli Cevizli Erişte	5	12,2		
		Orta Dolma	10	24,4		
		Bossulu	8	19,5		
		Kelle Söğüş	4	9,7		
		Ayva Boranisi	7	17		
		Soğanlama /Soğan Öldürmesi	4	9,7		
		Sütlü Kabak Çorbası	1	2,4		
		Üzüm Boranası/Üzümlü	6	14,6		
		Etlı Lahana Sarma	3	4,8		
		Tatlı Menüsü				
				Halveter	7	17
Kabak Tatlısı	8			19,5		
Köfter Kavurması	12			29,3		
Patates Tatlısı/Patates Cezeryesi	6			14,6		
Sarığı Burma/Tırtıl Baklavası	6			14,6		
Niğde Halka Tatlısı	8			19,5		
Kıvrım Börek Tatlısı	8			19,5		
Paluza	6			14,6		
Pekmezli Kaygana	4			9,7		
Pirinçli Kayısı Dolması	4			9,7		
İçecek Menüsü						
				Hardaliye	6	14,6
		Üzüm Suyu	18	44		
		Elma Suyu	21	51,2		
		Niğde Gazozu	28	68,3		
		Erik Suyu	10	24,4		

Tablo 3.4'te görüldüğü üzere her bir katılımcıya “Niğde iline ait gastronomik lezzetlerden hangileri turistik açıdan ön plana çıkarılmalıdır?” sorusu yöneltilmiştir. Verilen yanıtlar incelendiğinde %73,1’lik en yüksek oran ile 30 kişinin “Bor söğürme” yemeğinin turistik açıdan ön plana çıkartılması gerektiğini ifade ederken, ikinci sırada yerini alan “Niğde tava” yemeği %44’lük bir oran ile 18 kişi tarafından seçilmiştir. Bu gastronomi lezzetleri sırasıyla: %34,1’lik bir oran ile “Niğde tahinli pidesi”; %29,3’lük bir oran ile “üzüm boranası/üzümlü”, “köfter/köfter kavurması” ve “orta dolması”; %24,4’lük bir oran 10 katılımcı tarafından “Çamardı dondurması” tercih edilmiştir. %17’lik bir oranla 7 kişi ise “ayva boranası” yemeğini seçmiştir. Turistik açıdan ön plana çıkarılması gereken Niğde’nin gastronomik lezzetleri sorusunda en az tercih edilen ürün ise %9,7’lik bir oran ile “sütlü pancar çorbası” olmuştur. Bu konu ile ilişkili olarak bazı katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

Yabancı turistlere et yemeklerinden ziyade sebze yemekleri ağırlıklı olarak servis edilmelidir. Çünkü yabancı turistler sebzeleri daha fazla tüketmektedir. Niğde mutfağında da sebze yemekleri bir hayli fazla. Bu kesinlikle büyük bir avantaj olacaktır(B12).

Köfter, Niğde tava, Bor söğürme, Çamardı dondurması ve Niğde tahinli pidesi turistik açıdan ön plana çıkarılması gereken lezzetlerin başında yer almalıdır (A3, A2, A9, A27, B11, B13).

Bor söğürme yemeği Niğde’nin tescilli bir ürünü olduğu için turistik açıdan daha fazla ön plana çıkarılmalıdır ve menülerde yer verilmelidir. Çünkü tescilli ürünler turistik açıdan ön planda olmaya daha müsait ürünlerdir. Tescilli ürünlerden Niğde tahinli pidesi ve Darboğaz kirazı da bu listeye eklenebilir (A21, A25, B4).

Niğde tava, Bor söğürme ve Niğde tahinli pidesi turistik açıdan ön plana çıkarılmalıdır. Niğde tahinli pidesi bu yıl içerisinde tescillenmiş bir Niğde yöresel ürünüdür. Niğde tahinli pidesi çok fazla rağbet gördüğünden özellikle Ramazan aylarında Türkiye’nin her bölgesine kargo ile gönderilmektedir. Bu yüzden Niğde tahinli pidesi turistik açıdan ön plana çıkartılırsa Niğde gastronomisine katkısı olacaktır (A1).

Daha sonra katılımcılara Tablo 3.4'te bulunan “Bu yöresel yemeklerden hangileri gastronomi turizmi kapsamında işletme menülerine dahil edilmelidir?” (Kahvaltı, öğlen yemeği, akşam yemeği, ara öğünler, içecekler) sorusu sorulmuştur. Verilen yanıtlar incelendiğinde katılımcılar kahvaltı menülerinde sızgıt/hakırdak,

bazlama/şepe, çılıbır/çilbirti, Fertek halkası/Fertek çöreği, yufka ekmek ditmesi, Niğde küp peyniri, mavi peynir ve beyaz kiraz reçeli gibi Niğde'nin yöresel ürünlerinin bulunması gerektiğinden bahsetmiştir. %34,2'lik en yüksek oran ile 14 kişi "bazlama/şepe" ve "Niğde küp peyniri"; %26,8'lik bir oran ile 11 kişi "yufka ekmek ditmesi"; %24,4'lük bir oran ile 10 kişi tarafından "mavi peynir" tercih edilmiştir. En az tercih edilen ürün ise %7,3'lük bir oran ile "çılıbır/çilbirti" listede yerini almıştır. Katılımcılar listedeki kahvaltılık lezzetlerin Niğde'de bulunan yiyecek içecek işletmelerin menülerinde olması gerektiğini ifade etmiştir.

Öğle ve akşam menülerinde ise katılımcılar Niğde tava, Bor söğürme, mazaklı/topalak/sulu köfte, Niğde tarhana çorbası, dut yaprağı sarması, sütlü pancar çorbası, peynirli cevizli erişte, orta dolma, bossulu, kelle söğüş, ayva boranisi, soğanlama /soğan öldürmesi, sütlü kabak çorbası, üzüm boranası/üzümlü ve etli lahana sarma gibi yemeklerin Niğde'de bulunan lokanta ve restoran menülerinde görmek istediklerini ifade etmişlerdir. %51,2'lik en yüksek oran ile 21 kişi "Bor söğürme" yemeğini seçerken %31,7'lik bir oran ile 13 kişi tarafından "Niğde tava" ve %29,3'lük bir oran ile 12 kişi ise "Niğde tarhana çorbası" yöresel lezzetini öğle ve akşam yemeği menülerinde görmek istediklerini ifade etmişlerdir. Listeyi %24,4'lük bir oran ile "orta dolma" takip etmektedir. %19,5'lük bir oran ile 8 kişi "mazaklı/topalak/sulu köfte" ve "bossulu" yemeğini seçmiştir. En az tercih edilen ürün ise %2,4'lük bir oran ile "sütlü kabak çorbası" olmuştur.

Restoran ve lokantaların tatlı menülerinde katılımcılar halveter, kabak tatlısı, köfter kavurması, patates tatlısı/patates cezeryesi, sarığı burma/tırtıl baklavası, Niğde halka tatlısı, kıvrım börek tatlısı, paluza, pekmezli kaygana ve pirinçli kayısı dolması gibi Niğde mutfağına ait yöresel tatlıların olması gerektiğinin altını çizmiştir. %29,3'lük en yüksek oran ile 12 kişi "köfter kavurması" tatlısını seçerken %19,5'lik bir oran ile 8 kişi tarafından "kıvrım börek tatlısı", "Niğde halka tatlısı" ve "kabak tatlısı" gibi yöresel tatlıları yiyecek ve içecek işletmelerinin menülerinde görmek istediklerini ifade etmişlerdir. Listeyi %17'lik bir oranla "halveter", %14,6'lık bir oranla "patates tatlısı/patates cezeryesi", "sarığı burma/tırtıl baklavası" ve "paluza" tatlısı takip etmektedir. En az tercih edilen ürünler ise %9,7'lik bir oran ile 4 katılımcı tarafından "pekmezli kaygana" ve "pirinçli kayısı dolması" seçilmiştir.

Gastronomi turizmi kapsamında işletmelerin menülerine dahil edilmesi gereken içeceklere bakıldığında hardaliye, üzüm suyu, elma suyu, Niğde gazozu ve erik suyu

olduğu tespit edilmiştir. %68,3'lük en yüksek oran ile 28 kişi "Niğde gazozu" içeceğini seçerken %51,2'lik bir oran ile 21 kişi "elma suyu"; %44'lük bir oran ile 18 kişi "üzüm suyu"; %24,4'lük bir oran ile 10 kişi "erik suyu" ve %14,6'lık bir oran ile 6 kişi "hardaliye" içeceğini seçmiştir. Konuyla ilgili bazı katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

Tatlı menülerinde kesinlikle, köfter, Çamardı dondurması, Niğde halka tatlısı, patates tatlısı, halveter ve Niğde kıvrım tatlısına yer verilmelidir. Özellikle yakın zamanda yapılan patates tatlısının işletme menülerine kazandırılması gerekmektedir. Niğde'nin patates kenti olmasından dolayı tanıtımı açısından Niğde mutfağına katkısı olacaktır (A8, B19).

Öğle ve akşam yemeği menülerinde kesinlikle Bor söğürme, Niğde tava ve kelle söğüş yer almalıdır. Bu yemekler servis edilirken yanında çarşı ekmeği değil tandır ekmeği veya sacda yapılmış yufka ekmeği verilmelidir. Tatlı olarak ise ev yapımı Niğde'nin meşhur sarıği burma tatlısı ve kabak tatlısı menülerde yer almalıdır. İçecek olarak Niğde gazozu ve hardaliye suyu servis edilebilir (A23).

Türkiye genelinde Niğde patates ve elma üretiminde birinci sırada yer alıyor. Bu yüzden menülerde elma ve patatesten yapılan ürünler yer almalıdır. Patates çorbası, patatesli ekmek, kumpir, patates piyazı, pirinçli elma dolması, elma suyu, cevizli elma dolması, patates tatlısı ve patates dondurması menülere eklenebilir (A24).

Kahvaltı menülerinde ev yapımı bazlama, şepe, kaygana ve yufka ekmeği olmalıdır. Ayrıca beyaz kiraz reçeli, Niğde'nin meşhur mavi peyniri, sızgıt ve hakırdak gibi lezzetlerde eklenebilir. Öğle ve akşam yemeklerinde ise orta dolması, peynirli cevizli erişte, Bor söğürme, Niğde tava ve üzümlü menülerde yerini almalıdır. Tatlı ve içecek olarak ise köfter kavurması, halveter, paluza, üzüm suyu, erik suyu ve Niğde gazozu olabilir. (B8).

3.8.5. Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Gastronomi Turizmine Katkılarına İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında görüşülen kişilere dördüncü soru olarak Niğde mutfağında yer alan yöresel yiyecek ve içeceklerin bölgenin gastronomi turizmi potansiyeline sağlamış olduğu katkılar hakkındaki düşünceleri sorulmuştur. Dördüncü soruya verilen yanıtlar incelenmiş ve katılımcıların konu ile ilgili görüşleri Tablo 3.5'te belirtilmiştir.

Tablo 3.5. Katılımcıların Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Gastronomi Turizmi Potansiyeline Katkıları Hakkındaki Görüşleri

Kategoriler	Kodlar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Gastronomi Turizme Katkısı	Katkısı Az	3	7,3
	Katkısı Çok	38	92,7
	Toplam	100	41

Tablo 3.5'te görüldüğü üzere her bir katılımcıya Niğde mutfağında yer alan yöresel yiyecek ve içeceklerin bölgenin gastronomi turizmi potansiyeline katkısı olacağını düşünüyor musunuz? sorusu yöneltilmiştir. Verilen yanıtlar incelendiğinde %7,3'lük oran ile 3 kişi yöresel yiyecek ve içeceklerin bölgenin gastronomi turizmine katkısının az, %92,7'lik oran ile 38 kişi ise katkısının çok olduğunu aktarmıştır. Yöresel yiyecek ve içeceklerin bölgenin gastronomi turizmine katkısının çok olduğunu ifade eden katılımcılar ve katkısının az olduğunu belirten katılımcılar fikirlerini birtakım öneriler ile belirtmişlerdir. Konu ile ilişkili olarak bazı katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

Evet kesinlikle katkısı olacağını düşünüyorum. Fakat tez vakitte harekete geçilip, süreklilik sağlanarak gelen misafirlere sunulması ve tanıtımların yapılması gerekmektedir. Niğde'nin yemekleri kiler mutfağına dayalıdır. Niğde yemekleri sağlıklı, lezzetli ve sebze ağırlıklı yemeklerdir. En önemli unsurlardan birisi de bu yemeklerin doğal malzemeler ile hazırlanmasıdır. Bu lezzetlerin otantik bir ortamda servis edileceği mekanlar kurulmalıdır. Bu özelliklerin ise gastronomi turizmi kapsamında olumlu yönde etkisi olacaktır (B7, B8).

Yöresel lezzetlerinin bölgenin gastronomi turizmine katkısının oldukça fazla olduğunu düşünüyorum. Çünkü gelen yerli ve yabancı turist bölgenin gastronomik lezzetlerinden tatmak istiyor. Nasıl ki Kayseri'ye gittiğimizde aklımıza pastırma, sucuk ve mantı; Gaziantep'e gittiğimizde baklava ve lahmacun veya Adana'ya seyahat ettiğimizde Adana kebabı ve şalgam tüketiyorsak, Niğde'ye gelen turisti de Niğde tava, Çamardı dondurması, Niğde tahinli pidesi ve Bor söğürme gibi lezzetler ile karşılayabiliriz (B9, B13).

Niğde'nin yöresel yiyecek ve içeceklerinin gastronomi turizmi potansiyeline katkısı olacaktır. Çünkü Niğde Kapadokya bölgesi içerisinde yer almaktadır. Niğde'nin Nevşehir ve Kayseri gibi illere komşu olması da büyük bir avantajdır. Birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olmasından dolayı yöresel yiyecekleri de bir hayli

fazladır. Niğde yemekleri Selçuklu ve Osmanlı dönemi mutfaklarının izlerini taşımaktadır. Bunlar ise gastronomi turizm potansiyeline katkı sağlayacak ve değer katacaktır (B3, B5, B6, A12, A17, A19).

Günümüz şartlarında hayır düşünmüyorum. Bu konuda Niğde ili çok geç kalmış bir il. Niğde'nin bilinen lezzetleri bu zamana kadar hiç tanıtılmamış ve var olan potansiyeli ortaya çıkarılmamıştır (B1, A12).

Kesinlikle katkısı olacağını düşünüyorum. Niğde'nin belli bir yemek kültürü ve potansiyeli var. Fakat bunu daha fazla açığa çıkartarak gastronomi turizm yelpazesinin daha da genişletilmesi için tanıtım ve reklam çalışmaları yapılmalıdır. Bu çalışmaların yapılmasıyla birlikte Niğde ilinin Nevşehir gibi olması sağlanmalıdır. Nevşehir, Kayseri ve Aksaray illeri ile gastronomi turizm alanında ortak çalışmalar güdülmelidir (B11, A13).

%90 oranında katkısı olacağını düşünüyorum. Çalıştığımız çoğu firma Niğde'de yöresel yemeklerin servis edildiği bir mekân olmamasından dolayı gezi otobüsü turlarını Niğde'ye uğramadan Nevşehir yönüne çeviriyorlar. Kimse Niğde yöresel yemeklerini ve mutfağının potansiyelin bilmiyor. Oysa bunları aşabilirsek gastronomi turizme katkısı çok olacaktır (B2).

3.8.6. Niğde'nin Gastronomi Turizmi Açısından Eksik Yönleri ve Gastronomi Turizmi Kapsamında Yapılması Gerekenlere İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında görüşülen kişilere beşinci soru olarak “Niğde ilinin gastronomi turizmi açısından eksik yönleri ve bu eksikliklerin giderilmesi için gastronomi turizm kapsamında neler yapılabilir?” soruları sorulmuştur. Beşinci soruya verilen yanıtlar incelenmiş ve katılımcıların konu ile ilgili görüşleri Tablo 3.6'da belirtilmiştir.

Tablo 3.6. Katılımcıların Niğde'nin Gastronomi Turizmi Açısından Eksik Yönleri Hakkındaki Görüşleri ve Gastronomi Turizmi Kapsamında Yapılması Gerekenler Hakkındaki Görüşleri

Kategoriler	Katılımcı Sayısı	Kodlar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Gastronomi Turizm Eksik Yönleri	41	Tanıtım Faaliyetleri	22	53,6
		Reklam ve Kampanyalar	16	39
		Yöresel Lokantaların Olmaması	12	29,3
		Yerel Yönetim ve Sivil Toplum Kuruluşlarının Teşvikinin Yetersiz Olması	8	19,5
		İşletmelerin ve Yerel Halkın Yöresel Yemeklere Gereken Önemi Vermemesi	13	31,7
		İl Kültür Turizm Müdürlüğü'nün ve Valiliğin Çalışmalarının Yetersiz Olması	10	24,4
		Elma/Patates/Darboğaz Kiraz Şenlikleri	6	14,6
		Tanıtım Faaliyetleri	32	78
		Yöresel Ürün Fuarları	5	12,2
		Yöresel Yemeklerin Tescillenmesi	8	19,5
Gastronomi Turizm Kapsamında Yapılması Gerekenler		Yöresel Restoran ve Lokantalar	16	39
		Yöresel Yemek Kursları ve Workshopları	9	22
		Sektör ve Akademi İş Birliği	7	17
		İl Dışında Niğde Günleri Şenlikleri	6	14,6
		Sosyal Medya Kanalları ile Tanıtımlar	4	9,7
		Gastronomi Festivalleri	14	34,2
		Yöresel Yemek Yarışmaları	5	12,2
		Gastronomi Gezi Turları	5	12,2
		Niğde Merkezde Bor Söğürme Sokağı	1	2,4
		Yöresel Yemek Kitabı	9	22

Tablo 3.6'da görüldüğü üzere önce, "Niğde ilinin gastronomi turizmi açısından eksik yönleri nelerdir?" sorusu yöneltilmiştir. Verilen yanıtlar incelendiğinde %53,6'lık en yüksek oran ile 22 kişi gastronomi turizmi kapsamında tanıtım faaliyetlerinin eksik

olmasının altını çizirken %39'luk oran ile 16 kişi ise reklam ve kampanyaların eksikliğinden bahsetmiştir.

1,7'lik oran ile 13 kişi ise işletmelerin ve yerel halkın yöresel yemeklere gereken önemi vermemesinin eksiklikler arasında yer aldığını ifade etmiştir. %29,3'lük oran ile 12 kişi bölgede yöresel lokantaların olmamasının gastronomi turizmi konusunda eksiklik olduğunu ifade etmiştir. %24,4'lük oran ile 10 kişi ise İl Kültür Turizm Müdürlüğü'nün ve Valiliğin çalışmalarının yetersiz olmasından bahsetmiştir. Geriye kalan %19,5'lik oran ile 8 kişi ise yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşlarının teşvikinin yetersizliğinin gastronomi turizmi açısından eksiklik olduğunu ifade etmiştir. Konu ile ilişkili olarak bazı katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

Sivil toplum kuruluşlarının, yerel yönetimin, Niğde İl Kültür Turizm Müdürlüğü'nün ve Valiliğin çalışmalarının yetersiz olmasından kaynaklı Niğde gastronomi turizminde geri planda kalmıştır. Diğer bir konu ise işletmelerin ve yerel halkın yöresel yemeklere gereken önemi vermemesinin eksikliğidir (A4, A10, B5, B12).

Tanıtım ve reklam faaliyetleri yok. Niğde'nin kendi halkı bile Niğde mutfağını ve yöresel ürünlerini bilmiyor. Yerel yönetim ve Valilik turizm alanında ve gastronomi alanında faaliyetler gözetmiyor. İl Kültür Turizm Müdürlüğü'nün çalışmaları yetersiz kalıyor (A3, A9, A11, A18 A24, B10).

Niğde mutfak kültürünün tanıtım faaliyetlerin yapılmaması, Niğde yöresel yemeklerini içeren basılı kaynakların olmaması ve Niğde merkezde bulunan yöresel yemeklerin servis edildiği restoranların olmaması gastronomi turizm açısından en büyük eksikler arasındadır. Fakat Niğde üniversitesi ve Niğde belediyesinin iş birliği içerisinde Niğde'nin yöresel lezzetlerinin yer alacağı bir kitap çalışması olduğunu duydum. Bu kitap çalışmasının Niğde'ye tanıtım ve reklam açısından katkı sağlayacağını düşünüyorum (A23, B3, B13).

Gastronomi turizmi kapsamında tanıtım faaliyetlerinin eksik olmasından dolayı Niğde gastronomisi gelişmiyor. Yabancı turist gelmiyor. Yurt dışı bağlantılı paket turlar satılmıyor. Turistler Kapadokya bölgesine gidiyor. Oysaki Niğde Nevşehir arası 70 kilometre çok yakın. Bundan 10/15 yıl önce Niğde'ye turist geliyordu. Şimdi tanıtım ve reklam yapılmadığı için paket turlar satılmıyor haliyle de turist Niğde'yi teğet geçiyor (B6).

Gastronomi alanında Niğde'de yöresel yemeklerinin servis edildiği bir işletme yok. İşletmeler ve yerel halk yöresel yemeklere gereken önemi vermiyor. Gastronomi

turizmi pazarlama tanıtımları yapılmıyor. Niğde ilinin turizm master planı dahi yok. Bu olumsuz sebepler Niğde'nin gastronomi turizmi alanında eksik yönleridir (A2).

Daha sonra katılımcılara Tablo 3.6'da yanıtları bulunan “Niğde’de gastronomi turizmi kapsamında bu eksikliklerin giderilmesi için neler yapılabilir?” sorusu yöneltmiştir. Verilen yanıtlar incelendiğinde %78’lik en yüksek oran ile 32 kişi gastronomi turizm kapsamında tanıtım faaliyetlerinin yapılması gerektiğini ifade etmiştir. %39’luk bir oran ile 16 kişi yöresel restoran ve lokantaların açılması gerektiğini ifade ederken %34,2’lik bir oran ile 14 kişi ise bölgede yılın belli günlerinde gastronomi festivallerinin yapılması gerektiğini söylemiştir. %22’lik bir oran ile 9 kişi yöresel yemek kursları, workshopların yapılması ve yöresel yemek kitabının çıkartılması gerektiğini ifade ederken %19,5’lik bir oran ile 8 kişi Niğde’nin yöresel yemeklerin tescillenerek patent alınması gerektiğinin altını çizmiştir. %17’lik bir oran ile 7 kişi sektör ve akademi iş birliğinin sağlanmasını ifade ederken %14,6’lık bir oran ile 6 kişi ise elma/patates/darboğaz kiraz şenliklerinin yapılmasından ve il dışında Niğde günleri şenlikleri düzenlenmesinden bahsetmiştir. %12,2’lik bir oran ile 5 kişi yöresel ürün fuarlarının açılması gerektiğini, yöresel yemek yarışmaları ve gastronomi gezi turlarının yapılması gerektiğini ifade ederken %9,7’lik bir oran ile 4 kişi ise sosyal medya kanalları ile tanıtımların artırılmasının gastronomi turizm kapsamında Niğde mutfağına katkısı olacağını ifade etmiştir. %2,4’lik en az oranla 1 kişi ise Niğde merkezde Bor söğürme yemeği için kasap ve fırınların yer aldığı bir sokağının kurulması gerektiğini ifade etmiştir. Konu ile ilişkili olarak bazı katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

Yöresel ürünler markalaşma sağlanarak tescillenmelidir. Bu sebeple coğrafi işaret çalışmaları artırılmalıdır. Niğde'nin Çamardı ilçesinin meşhur dondurmasının festivali yapılabilir. Ayrıca patates ve elma şenlikleri de yapılmalıdır. Her sene düzenli olarak bu tarz gastronomi şenlikleri ve festivalleri yapılırsa Niğde gastronomisi daha önemli bir konuma gelecektir (A12, A15).

Niğde'nin tescilli bir yemeği olan Bor söğürme tavasını Niğde merkezde servis eden bir işletme çok az. Olan yerlerde sadece rezervasyon ile sipariş üzerine yapıyorlar. Bu yüzden Niğde merkezde kasaplar ve taş fırınlar olan Bor söğürme sokağı yapılmalıdır. Bu lezzetli söğürmeyi tatmak için benim Adana ve Ankara'dan gelen misafirlerim var. Eğer bu gerçekleştirilirse Niğde'ye büyük katkısı olacaktır (A13).

Niğde'nin tarihi turistik yerlerinden olan Kemerhisar Roma havuzu, Gümüşler Manastırı, Aladağlar ve Bolkar dağlarının tanıtımları yapılmalıdır. Bu gibi yerlerin zemini sağlamlaştırılması gerekmektedir. Daha sonrasında zaten turist yeme içme faaliyetlerine katılarak gastronomiye dahil olacaktır. Ayrıca Nevşehir ve Kayseri'ye gelen turistlerin paket turlarının bir ayağı da Niğde olmalıdır (B1, B9).

Niğde'nin turistler için cazibe merkezi haline getirilmesi için Niğde İl Kültür Turizm Müdürlüğü, Valilik, akademi ve sektör iş birliği yapılması gerekmektedir. Bu aşamada Niğde gastronomi şenlikleri ve gastronomi festivalleri yapılmalıdır. Adana Lezzet festivali gibi etkinlikler düzenlenmelidir (A5, A7, A8, A17, A27, B4).

3.8.7. İşletmelerin Müşteri Potansiyeli Dağılımına İlişkin Bulgular

Yapılan araştırma kapsamında her bir işletmeden temsilen görüşülen kişilere sorulan altıncı soruda işletmelerinin müşteri potansiyelinin ne tür kişiler tarafından oluştuğu sorulmuştur. Yöneltilen soruya verilen yanıtlar incelenmiş ve görüşülen işletmelerin müşteri potansiyeli dağılımı Tablo 3.7'de belirtilmiştir.

Tablo 3.7. İşletmelerin Müşteri Potansiyeli Dağılımı

İşletmelerin Müşteri Kitlesi	Frekans (n)	Yüzde (%)
Yerli Turist Ağırlıklı	7	25
Yerli ve Yabancı Turist	3	10,7
Yerel Halk (Esnaf, Öğrenci, Kamu Personeli)	13	46,5
Pazarlamacılar ve Toptancılar (İş Seyahatleri)	5	17,8
Toplam	28	100

Tablo 3.7'de görüldüğü üzere her bir işletmeden temsilen görüşülen kişilere yöneltilen “İşletmeniz müşterileri potansiyeli ne tür kişiler tarafından oluşmaktadır?” sorusu kapsamında verdikleri yanıtlarda hem yerli turist ağırlıklı cevabı %25’lik oranla 7 işletmeye, yerli ve yabancı turist ağırlıklı cevabı %10,7’lik oranla 3 işletmeye, yerel halk (esnaf, öğrenci, kamu personeli) cevabı %46,5’lik oranla 13 işletmeye ait olurken pazarlamacılar ve toptancılar (iş seyahatinde olan kişiler) cevabı %17,8’lik oranla 5 işletmeye ait olduğu belirlenmiştir.

Her bir işletmeden temsilen görüşülen kişiler tabloda belirttikleri ölçütlerinin beraberinde müşteri potansiyeli durumlarını etkileyen bazı faktörlerinde olduğunu aktarmışlardır. Bununla ilgili olarak görüşülen kişilerin bazı ifadeleri şu şekildedir:

Yerli turist ağırlıklı ölçütü için:

İşletmemizin müşteri potansiyelini ağırlıklı olarak günübirlik yerli turistler oluşturmaktadır. Fakat bu durum işletmemizin yabancı turistler tarafından tercih edilmediği anlamını taşımamaktadır. Bundan 15 sene önce Niğde'ye birçok yabancı turist geliyordu. Yabancı turist turların grup yemekleri veriyorduk. Ama günümüzde Niğde'ye yabancı turist gelmiyor (A3).

Yerli ve yabancı turist ölçütü için:

İşletmemizin yıl boyunca müşteri potansiyelini hem yerli hem yabancı turistler oluşturmaktadır. Bunun sebebi ise Niğde'nin Kapadokya bölgesi içerisinde bulunmasından ve Nevşehir ve Kayseri'ye yakın olmasından dolayıdır. Bazen yerli ve yabancı turist oranı zaman içerisinde mevsimsellikten dolayı değişiklik gösterebilmektedir. Genellikle kış mevsimi boyunca daha az yerli turistler gelirken, yaz mevsiminde bu oran artarak işletmemizi hem yerli hem yabancı turistler tercih etmektedir (A9).

Yerel halk (esnaf, öğrenci, kamu personeli) ölçütü için:

İşletmemizin müşteri portföyünü 35 yaş üzeri eğitilmiş ve yüksek bir kısmı Niğdeli olmayan kişilerden oluşmaktadır. Akademisyenler, sağlık personeli, bürokrat ve iş yeri sahipleridir (A7).

Pazarlamacılar ve toptancılar (iş seyahatleri) ölçütü için:

İşletmemizin müşterileri genel itibariyle Niğde'ye ticari amaçla iş seyahatine gelen toptancılar, ilaç mümessilleri, pazarlamacılar, şirket çalışanları ve tur müşterileridir (A2).

İşletmelerin müşteri kitlesi tablosuna baktığımızda %46,5'lik en yüksek oranla yerel halk (esnaf, öğrenci, kamu personeli) kodunu oluşturduğunu söyleyebiliriz.

3.8.8. İşletmenizin Menüsünde Niğde'ye Özgü Yiyecek ve İçeceklerin Yer Verilme Durumu ve En Çok Tercih Edilen Yemeklere İlişkin Bulgular

Araştırmada her bir işletmeden temsilen görüşülen kişilere yedinci soru olarak "İşletmenizin menüsünde Niğde'ye özgü hangi yöresel yiyecek ve içeceklere yer veriyorsunuz ve en çok tercih edilen yemekler nelerdir?" soruları yöneltilmiştir. Yedinci soruya verilen yanıtlar incelenmiş ve katılımcıların konu ile ilgili görüşleri Tablo 3.8'de belirtilmiştir.

Tablo 3.8. Katılımcıların İşletme Menülerinde Niğde’ye Özgü Yiyecek ve İçeceklerin Yer Verilme Durumu ve En Çok Tercih Edilen Yemeklere Hakkındaki Görüşleri

Kategoriler	Katılımcı Sayısı	Kodlar	Frekans (n)	Yüzde (%)		
Menülerde Bulunan Yöresel Yemekler	28	Niğde Tava	12	42,9		
		Kabak Tatlısı	4	14,3		
		Kelle Paça Çorbası	6	21,4		
		Niğde Gazozu	25	89,3		
		Niğde Küp Peyniri	5	17,8		
		Bor Söğürme	7	25		
		Beyaz Kiraz Reçeli	4	14,3		
		Kelle Söğüş	3	10,7		
		Paça Yemeği	3	10,7		
		Karın Haşlama	6	21,4		
		Bazlama/ Şepe	8	28,5		
		Mazaklı/Topalak/Sulu Köfte	3	10,7		
		Bossulu	2	7,2		
		Et Haşlama	4	14,3		
		Patates Tatlısı	1	3,6		
		Patates Çorbası	1	3,6		
		Müşterilerin İsteği Üzere Sadece Toplu Yemeklerde Yer Veriyoruz	6	21,4		
		Menümüzde Yöresel Yemeklere Yer Vermiyoruz	9	32,1		
		En Çok Tercih Edilen Yemekler		Bor Söğürme	7	25
				Niğde Tava	10	35,7
Et Haşlama	3			10,7		
Kelle Paça Çorbası	5			17,8		
Kelle Söğüş	3			10,7		
Mazaklı/Topalak/Sulu Köfte	3			10,7		
Menümüzde Yöresel Yemeklere Yer Vermiyoruz	9			32,1		

Tablo 3.8’de görüldüğü üzere her bir işletmeden temsilen görüşülen kişilere işletmenizin menüsünde “Niğde’ye özgü hangi yöresel yiyecek ve içeceklere yer veriyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Verilen yanıtlar incelendiğinde %89,3’lük en yüksek oran ile 25 kişi “Niğde gazozu” içeceğini işletmeler menülerinde yer verdiklerini ifade ederken %42,9’luk oran ile 12 kişi “Niğde tava” yemeğine menülerinde yer verdiklerini ifade etmişlerdir. %32,1’lik oran ile 9 kişi yöresel yiyecek ve içeceklere işletmelerinin menülerinde yer vermediklerini ifade ederken

%28,5'lik oran ile 8 kişi “bazlama/şepe” ekmeğini; %25'lik oran ile 7 kişi “Bor söğürme” yemeğini; %21,4'lük oran ile 6 kişi ise “kelle paça çorbası”, “karın haşlama” ve “müşterilerin isteği üzere sadece toplu yemeklerde yer veriyoruz” ifadelerinde bulunmuşlardır. %17,8'lik oran ile 5 kişi “Niğde küp peyniri”; %14,3'lük oran ile 4 kişi ise “kabak tatlısı”, “beyaz kiraz reçeli” ve “et haşlama” yemeğini tercih etmişlerdir. %3,6'lık en az oranla 1 kişi ise “patates tatlısı” ve “patates çorbası” tercihinde bulunmuştur. Bu konu ile ilgili görüşülen kişilerin ifadeleri ise şu şekildedir:

İşletmemizin konsepti kafe ve bistro menü şeklindedir. Bu yüzden yöresel yiyecek ve içecekler menümüzde yer vermiyoruz. Sadece Niğde gazozu servis ediyoruz ve özellikle yaz aylarında çok fazla talep görüyor (A15, A23).

Niğde yöresel lezzetlerinden olan Niğde tava ve Bor söğürmeyi Niğde merkezde restoran olarak tek servis eden işletmeyiz. Bu yöresel lezzetleri müşterilerimizin isteklerine göre 3,4,5,6 porsiyonluk tavalarda hazırlıyoruz. Bu yemekleri ister restoranımızda isterlerse de paket servis ile ev ve iş yerlerine götürüyoruz. Bu hizmeti yapan Niğde merkezde başka hiçbir işleme yok. İşletme misyonumuz olarak Niğde yöresel yemeklerine değer veriyoruz ve önemsiyoruz (A1).

Niğde tava ve Bor söğürme yemekleri alakart menümüzde mevcut. Ayrıca grup yemeklerimizde diğer Niğde yöresel lezzetlerini misafirlerimizin tercihinine göre menülerimize ilave yapıyoruz. Örnek verecek olursak, Patates çorbası, üzümlü, ciğerli bulgur pilavı, mazaklı köftesi ve orta dolması gibi Niğde yöresel yemeklerine toplu yemeklerimizin menülerinde geçmiş yıllarda yer verdik (A5, A10, A26).

İşletme restoran menümüzde yöresel yemeklere yer vermiyoruz. Fakat kahvaltı açık büfemizde Niğde'nin yöresel ürünlerinden olan beyaz kiraz reçeli, patates piyazı, Fertek çöreği, Fertek halkası, bazlama, şepe, gözleme çeşitleri, ceviz, üzüm pekmezi, küp peyniri ve köy tereyağına yer veriyoruz (A2, A6, A10, A28).

Devirli tabldot menü şeklinde hizmet vermekteyim. Ay içerisinde belli günlerde Niğde yöresel lezzetlerine yer veriyorum. Ayrıca toplu yemeklerde de müşterilerin istekleri üzerine Niğde tava, Bor söğürme, bossulu, orta dolması ve kelle paça çorbası yapıyorum (A7).

Menümüzde Niğde yöresel yemeklerine yer vermiyoruz. Çünkü işletmemiz kebab, lahmacun ve ızgara çeşitleri ağırlıklı çalışıyor. Bizim dükkâna gelen müşterilerde

kebab ve lahmacun yemeye geliyorlar. Sadece içecek olarak Niğde gazozuna yer veriyoruz (A14, A19).

Daha sonra katılımcılara Tablo 4.8'de bulunan en çok tercih edilen yemekleriniz hangileri? sorusu yöneltmiştir. Verilen yanıtlar incelendiğinde %35,7'lik en yüksek oran ile 10 kişi “Niğde Tava” yemeğinin en çok tercih edilen yemek olduğunu ifade ederken %32,1'lik oran ile 9 kişi ise “Menümüzde Yöresel Yemeklere Yer Vermiyoruz” ifadesini kullanmıştır. %25'lik bir oranla 7 kişi tarafından “Bor Söğürme” yemeğinin tercih edildiğini ifade ederken %17,8'lik oranla katılımcılardan bazıları “kelle paça çorbası” tercihinde bulunmuştur. %10,7'lik oranla katılımcıların bir kısmı “mazaklı/topalak/sulu köfte”, “et haşlama” ve “kelle söğüş” yemeğini tercih etmiştir. Konu ile ilişkili olarak bazı katılımcıların ifadeleri ise şu şekildedir:

Menümüzde yer alan kelle paça çorbası, kelle söğüş ve Niğde tava en çok tercih edilen yemekler arasındadır. Bizim işletmemizin yemekleri lezzetli ve kaliteli yemeklerdir. Yemeklerimizi yıllardır taş fırında meşe odunu ateşi ile pişiriyoruz. Mevsiminde yemekleri menülere ekleriz ve mevsimi olmayan sebzeleri kullanmayız (A3).

Menümüzde en çok tercih edilenler arasında Niğde tava, kelle paça çorbası ve kelle söğüş ve sulu köfte yemeği yer alıyor. Bu yemekleri 20 yılı aşkın süredir yaptığımız için sürekli işletmemize gelen müşterilerimiz var(A9).

İşletmemizde Bor söğürme yemeğine yer veriyoruz ve en çok tercih edilen tava yemeğimiz arasında yerini alıyor. Müşterilerimiz her zaman Bor söğürme yemeğini tercih ediyor. Bizde gerek paket servis ile gerekse al götür hizmeti ile müşterilerimize hitap ediyoruz (A21).

3.8.9. Yöresel Yemeklerin Menülerde Yer Verilmemesine İlişkin Bulgular

Araştırmada her bir işletmeden temsilen görüşülen kişilere sekizinci soru olarak “İşletmenizin menüsünde Niğde’ye özgü hangi yöresel yiyecek ve içeceklere yer veriyorsunuz?” ve “En çok tercih edilen yemekler nelerdir?” soruları yöneltmiştir. Sekizinci soruya verilen yanıtlar incelenmiş ve katılımcıların konu ile ilgili görüşleri Tablo 3.9’da belirtilmiştir.

Tablo 3.9. Katılımcıların Yöresel Yemekleri Menülerde Yer Vermeme Nedenlerine İlişkin Görüşleri

Kategoriler	Katılımcı Sayısı	Kodlar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Yöresel Yemeklerin Menüde Sunulmama Nedenleri	28	Tanıtmada Yetersizlik	3	10,7
		Malzemelerin Pahalı Olması	6	21,4
		Yapımının Zor Olması	4	14,3
		Yöresel Yemeklerin Tercih Edilmemesi	16	57,2
		Tüketicilerin Ucuz ve Fast Food Yiyeceklere Yönelmesi	9	32,1
		Yemekleri Bilen Kalifiye Personel Eksikliği	7	25
		Yöresel Ürünlerin Mevsimsel Sorunsalı	4	14,3
		Yöresel Yemeklerin Yapım Süresinin Uzun Olması	12	42,9
		İşletme Konseptimizin Yöresel Yemekleri İçermemesi	9	32,1

Tablo 3.9’da görüldüğü üzere her bir işletmeden temsilen görüşülen kişilere varsa sunulmayan yemekler neden menünüzde yer almıyor? sorusu yöneltilmiştir. Verilen yanıtlar incelendiğinde %57,2’lik en yüksek oran ile 16 kişi “yöresel yemeklerin tercih edilmemesi” menülerde sunulmama nedeni olarak ifade etmiştir. %42,9’luk oran ile 12 kişi ise “yöresel yemeklerin yapım süresinin uzun olması” nedeninden bahsetmiştir. %32,1’lik oranla katılımcıların bir kısmı “işletme konseptimizin yöresel yemekleri içermemesi” ve “tüketicilerin ucuz ve fast food yiyeceklere yönelmesi” gibi nedenlerden dolayı yöresel yiyecek ve içeceklerin menülerde sunulmamasın altını çizmiştir. Katılımcılar %25’lik oranla “yemekleri bilen kalifiye personel eksikliği”; %21,4’lük bir oranla “malzemelerin pahalı olması”; %14,3’lük bir oranla “yapımının zor olması” ve “yöresel ürünlerin mevsimsel sorunsalı” nedeni gibi ifadeler kullanılmıştır. %10,7’lik bir kısım ise en az oranla “tanıtımda yetersizlik” nedeninden bahsetmiştir. Konu ile ilişkili olarak bazı katılımcıların ifadeleri ise şu şekildedir:

Genel olarak müşteri potansiyelimiz Niğde’nin köy ve kasabalarında yaşayan insanlardan oluşmaktadır. Bu kişiler zaten biz bu sulu yemekleri, yöresel yemekleri evimizde de yapıp yiyoruz dedikleri için yöresel yemekleri tercih etmiyorlar. Bu

yüzden kebab, lahmacun, döner, pide ve köfte gibi yemekleri tercih ediliyor. Bizde bu yemekler tercih edildiği için yöresel yemeklere yer vermiyoruz (A20).

Yöresel yemeklerin et ağırlıklı olmasından ve malzemelerin pahalı olmasından dolayı çok tercih edilmiyor. Ayrıca bu yemekler yapıldığı gün satılmadığı takdirde zarar ediyoruz ve yemekler israf oluyor. Daha önce işletmemizde bu tarz yöresel yemekleri servis ettik. Fakat gelen müşteriler daha ucuz daha hızlı yemek istiyor. Aksine yöresel yemeklerin yapım aşamaları da çok uzun süre gerektiriyor (A4, A9, A19).

İşletmemiz fast food ağırlıklı çalıştığı için daha hızlı hazırlanabilecek ve fiyat olarak daha uygun yiyeceklere menümüzde yer veriyoruz. Çünkü gelen müşteri potansiyelimiz de bu yönde talepte bulunuyorlar (A15, A17).

Genel olarak işletmeler yapılacak ürünün sürümüne bakar. Bu iş tamamen arz talep meselesidir. Yöresel yiyecek ve içeceklerinin talep görmemesi sebebi ile Bor söğürme ve Niğde tava haricinde Niğde yemeklerine menümüzde yer vermiyoruz (A1, A24).

Bizim işletmemizin belli başlı bir menüsü mevcut. 1970 yılından beri Niğde halkına hizmet veren bir esnaf lokantasıyız. Menümüzde Niğde mutfağı yemeklerinin de içinde bulunduğu toplam 25 çeşit ürün var. Diğer yöresel yemeklerin tercih edilmemesinden kaynaklı menümüzün dışına çıkmıyoruz (A18).

Yöresel ürünlerinin %90'lık bir kısmı sulu yemek çeşitlerinden oluşmaktadır. Tüketicilerin ucuz ve fast food yiyecekleri tüketmesinden dolayı yöresel yemekler tercih edilmemektedir. Otelimizin alakart restoranında özellikle akşam yemeklerinde Niğde tava, Bor söğürme gibi tava yemeklerine yer veriyoruz. Müşterilerin istekleri doğrultusunda fırında hazırlayıp servis ediyoruz. Fakat bu tarz yöresel yemeklerin yapım aşaması uzun sürmektedir. Yapım aşaması uzun sürmesinden kaynaklı çoğu müşteride bu yemekleri tercih etmiyor (A10).

Otelimizin konsepti sadece oda ve kahvaltı şeklindedir. Öğle ve akşam yemeklerine yer vermiyoruz. Genellikle müşterilerimiz yemeklerini yedikten sonra otele geliyorlar. Zaten bu yöresel yemekleri de işletmemizde tercih eden olmuyor (A6, A8, A28).

Niğde'nin yöresel yiyecek ve içeceklerini bilen nitelikli personelimiz yok. Bu yüzden yöresel yemeklere menümüzde yer vermiyoruz. Daha çok ızgara çeşitleri ve pide çeşitlerine yer veriyoruz (A5, A14, A23).

3.8.10. Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin İşletmelerin Tercih Edilmesindeki Rolüne İlişkin Bulgular

Her bir işletmeden temsilen görüşülen kişilere yöneltilen dokuzuncu soruda “İşletmenize gelen kişiler Niğde’nin yöresel yiyecek ve içeceklerini soruyor mu?” Aynı soru maddesi içerisinde işletmenize gelen kişilerin bölgenin yöresel yiyecek ve içeceklerini talep edip etmediği sorusu yöneltilmiştir. Dokuzuncu soruya verilen yanıtlar incelenmiş ve yöresel yiyecek ile içeceklerin işletmelerin tercih edilmesindeki rolü Tablo 3.10’da gösterilmiştir.

Tablo 3.10. Niğde Yöresel Yiyecek ve İçeceklerinin İşletmelerin Tercih Edilmesindeki Rolü

Kategoriler	Kodlar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Talep Edilme Durumu	Soruluyor ve Talep Ediliyor	12	42,9
	Sorulmuyor ve Talep Edilmiyor	7	25
	Kısmen Soruluyor ve Talep Ediliyor	9	32,1
	Toplam	28	100

Tablo 3.10’da görüldüğü üzere her bir işletmeden temsilen görüşülen kişilere işletmenize gelen kişiler Niğde’nin yöresel yiyecek içeceklerini soruyor ve talep ediyor mu? soruları yöneltilmiştir. Verilen yanıtların incelenmesi sonucu yöresel yiyecek ve içeceklerin %42,9’luk bir oran ile 12 katılımcı gelen kişilerin yöresel yiyecek içeceklerini “soruyor ve talep ediyor” ifadesini kullanırken %32,1’lik bir oran ile 9 katılımcı ise gelen müşteriler Niğde yöresel yemeklerini “kısmen soruyor ve talep ediyor” ifadesini kullanmıştır. %25’lik bir oran ile 7 katılımcının ifadesi ise Niğde yöresel yiyecek içecekleri “sorulmuyor ve talep edilmiyor” şeklinde olmuştur. Konuyla ilgili verilen yanıtlarda ortak cevaplar bulunmakla birlikte katılımcıların bazı ifadeleri şu şekildedir:

Hayır genel olarak sorulmuyor ve talep edilmiyor. İşletmemize gelen kişilerin böyle bir talebi söz konusu değil. Sadece turlarla beraber gelenler ve günübirlik şehir dışından gelen yerli turistler soruyor ve talep ediyor (A7).

Menümüzde yer alan Niğde tava ve Bor söğürme yemeği müşterilerimiz tarafından soruluyor ve talep ediliyor (A1, A18, A24, A25).

İşletmemize gelen kişilerin %50’lik bir kısmı yöresel yemekleri soruyor ve talep ediyor. Bizde gelen istekler üzerine yöresel tava yemeklerimizi hazırlayıp müşterilerimizin hizmetine sunuyoruz (A11).

Buna verilecek en güzel örnek yakın zamanda tescil alan yöresel ürünümüz “Niğde Tahinli Pidesi” olacaktır. Ramazan aylarında işletmemizde insanlar saatlerce tahinli pide almak için kuyrukta beklerler. Bu yüzden Niğde tahinli pidesi müşterilerimiz tarafından çok fazla talep ediliyor (A13).

Hayır maalesef Niğde yöresel yemekleri sorulup talep edilmiyor. Çünkü bu yöresel yemekleri yapan ve yiyen kişiler vefat ettiği için bu yemekleri yeni nesil bilmiyor. Bu yemekleri bilmedikleri içinde talep etmiyorlar (A20).

Kültür turu müşterilerimiz olduğu için bu tarz yöresel yiyecek ve içecekler dikkatlerini çekiyor ve merak ediyorlar. Bu yüzden sorup talep ediyorlar. Bizlerde müşterilerimizin istekleri doğrultusunda yeri geliyor menüyü bile esneterek yöresel yemeklere yer açıyoruz (A2).

İşletmemize il dışından gelen misafirler Niğde yemeklerini sorup talep ederken Niğde'nin yerel halkının %40'lik bir kısmı yöresel yiyecek ve içecekleri sorup talep ediyor. Bizlerde talep edenlerden rezervasyon alıp alakart restoranımıza gelen misafirlerimize servis ediyoruz (A10).

3.8.11. Yöresel Yiyecek ve İçecekleri Tüketen Müşterilerin Tekrardan İşletmeye Gelme Durumu ve Geri Dönütlerine İlişkin Bulgular

Her bir işletmeden temsilen görüşülen kişilere yöneltilen onuncu ve son soru olarak Niğde yöresel yemeklerini tüketen müşteriler tekrardan bu yemekleri yemek için işletmenize geliyor mu? ve aynı soru maddesi içerisinde bu yemekleri tüketen müşterilerin geri dönütleri nasıl? sorusu yöneltilmiştir. Onuncu soruya verilen yanıtlar incelenmiş ve tablo 3.11’de gösterilmiştir.

Tablo 3.11. Katılımcıların Yöresel Yiyecek ve İçecekleri Tüketen Müşterilerin Tekrardan İşletmeye Gelme Durumu ve Geri Dönütlerine İlişkin Görüşleri

Kategoriler	Katılımcı Sayısı	Kodlar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Müşterilerin Tekrardan İşletmeye Gelme Durumu		Evet Geliyor	19	67,9
		İşletmemizde Yöresel Yemek Servis Etmiyoruz	9	32,1
Müşterilerin Geri Dönütleri	28	Çok Memnun Kalıyorlar ve Başkalarına Tavsiye Ediyorlar	19	67,9
		İşletmemizde Yöresel Yemek Servis Etmiyoruz	9	32,1

Tablo 3.11’de görüldüğü üzere her bir işletmeden temsilen görüşülen kişilere Niğde yöresel yemeklerini tüketen müşteriler tekrardan bu yemekleri yemek için

işletmenize geliyor mu? sorusu yöneltilmiştir. Verilen yanıtların incelenmesi sonucu %67,9'luk bir oran ile 19 katılımcı “evet geliyor” ifadesini kullanırken %32,1'lik bir oranla 9 katılımcı ise “işletmemizde yöresel yemek servis etmiyoruz” ifadesini kullanmıştır. Konuyla ilgili verilen yanıtlarda ortak cevaplar bulunmakla birlikte katılımcıların bazı ifadeler şu şekildedir:

İşletmemizde yöresel yemeklerimizi yiyen kişiler tekrardan bu yemekleri yemek için işletmemize geliyorlar. Yıllardır sabit olan müşteri potansiyelimiz var. Lokantamızdaki kaliteyi kaybetmediğimiz için müşterilerimiz tekrardan bizi tercih ediyor (A12, A16, A22).

Yöresel yemekleri yiyen müşterileriz tekrardan işletmeye geliyor. Fakat yedikleri tava yemeğinin başka bir versiyonunu istiyorlar. Örnek verecek olursak Niğde tava isteyen müşterilerimiz bir dahaki sefere Bor söğürme veya Niğde et çanağı yemeği yaptırmak istiyorlar. Bizde müşterilerimizin bu taleplerini geri çevirmiyoruz (A11).

Bizim lokantada yemek yiyen kişiler her zaman tekrardan bu yemekleri yemek için işletmemize gelirler. 100 yılı aşkın bir süredir hizmet veren Niğde'nin dört kuşak en eski lokantası olması sebebiyle yöresel yemeklerimiz müşteriler tarafından çok beğenilmektedir. İşletmemizdeki yöresel yemekler her gün öğlen saatlerinde bitmiş olur. Yemeklerimiz müşteriler tarafından çokça rağbet görmekte ve tekrar tekrar talep edilmektedir (A3).

Daha sonra katılımcılara Tablo 4.11'de bu yemekleri tüketen müşterilerin geri dönütleri nasıldır? sorusu yöneltilmiştir. Verilen yanıtların incelenmesi sonucu %67,9'luk bir oran ile 19 katılımcı “çok memnun kalıyorlar ve başkalarına tavsiye ediyorlar” ifadesini kullanırken %32,1'lik bir oranla 9 katılımcı ise “işletmemizde yöresel yemek servis etmiyoruz” ifadesini kullanmıştır. Konu ile ilişkili olarak bazı katılımcıların ifadeleri ise şu şekildedir:

Toplu yemeklerde ve düğünlerde servis ettiğimiz yöresel yemekleri çok beğeniyorlar ve tekrardan işletmemize geldiklerinde memnun kaldıkları için talep ediyorlar. Müşterilerimizin dönüşleri olumlu yöndedir. Hatta çok memnun kaldıkları için başkalarına da tavsiyede bulunuyorlar (A5, A10, A26).

Müşterilerimiz çok memnun kalıyorlar. Özellikle şehir dışından gelen müşterilerimizin geri dönütleri olumlu yöndedir. Özellikle Bor söğürme tava yemeğimizi yemek için gelen birçok müşterimiz var. Bu yemekleri yiyen müşterilerimiz çevrelerindeki kişilere de öneriyorlar (A18, A25).

Yöresel yemekleri yiyen müşterilerimizin geneli yemeklerimiz hakkında olumlu dönüşlerde bulunuyorlar. Çok beğendiklerini ve mutlu olduklarını ifade ediyorlar. Ayrıca başka kişilere de tavsiye etmek için internet üzerinden bizim restoranımızı öneriyorlar (A7).

İşletmemizin öncelikle misyon ve vizyonu paradan ziyade olumlu dönüşler sağlamaktır. Bu sayede misafirlerimizin tekrar bizi tercih etmelerini amaçlıyoruz. Gelen misafirlere Niğde'nin yöresel yemeklerini sunup mutlu edip memnun kalmalarını sağlıyoruz. Bunu sağladığımız için birçok kişi Niğde yemeklerini yemek için işletmemize geliyor. Bu yöresel yemekleri yiyen misafirlerimiz olumlu yönde dönüşler sağlıyor ve başkalarına tavsiyede bulunuyorlar (A9).

Niğde Bor ilçesinde tescilli lezzetimiz olan Bor söğürme tavası kasap/fırın kültürü ile sürekli tüketilmektedir. Fakat Niğde merkezde Bor söğürme yemeğini bizim işletmemizden başka hiçbir servis etmiyor. Bu farkımızdan dolayı gelen müşterilerimizin geri dönütleri çok olumlu yöndedir. Müşterileriz mutlu oluyor ve akraba ve arkadaş çevrelerine de öneriyorlar. Hatta geçen günlerde Aksaray üniversitesinin hocaları 4 tepsi Bor söğürme tavası sipariş etti. Bor söğürme ve Niğde tava gibi yöresel yemeklerimizi yiyen müşterilerimiz çok memnun kalıyorlar (A24).

Restoranımızda yöresel yemekleri yiyen kişiler çok memnun kaldıklarını ifade ediyorlar. Müşterilerimiz bazen eleştirel olmasa da yöresel yemeklere yenilik katmamızı istiyorlar. Hatta evlerinde yapmak için tarif isteyenler bile oluyor (A21).

3.8.12. Alanında Uzman Kişilerin Paydaş Görüşleri

Araştırma kapsamında Niğde Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü Aşçılık Programı hocaları ile Niğde Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü'nün paydaş görüşlerine de yer verilmiştir.

Araştırma kapsamında paydaş görüşlerinden yararlanmak için uzman kişilere “Niğde ilinin gastronomi turizmi açısından eksik yönleri ve bu eksikliklerin giderilmesi için gastronomi turizm kapsamında neler yapılabilir?” yöneltmiştir.

Konu ile ilişkili olarak Niğde ilinin gastronomi turizm açısından eksikleri ile alakalı uzman kişilerin ifadeleri ise şu şekildedir:

- Niğde'nin il olarak tanınırlık düzeyinin düşük olması,
- Tanıtım ve pazarlama eksikleri,
- Acentelerin yeterince pazarlama faaliyetleri gözetmemesi,

- Niğde mutfağı yemeklerinin detaylı araştırmalarının yapılmaması ve standart reçetelerinin tutulmaması,
- Niğde’de bulunan işletmelerin Niğde mutfağında yer alan yöresel yiyecek ve içeceklerle menülerinde yer vermemesi,
- Niğde merkezde yöresel lokantaların olmaması
- Niğde yöresel ürünlerinin (pekmez, köfter, erişte, bandırma vs.) ürünlerini il dışına götürmek için hediye olarak yapan işletmelerin sınırlı olmaması gibi sebepler Niğde’nin gastronomi turizm açısından eksik yönleridir.

Bu eksikliklerin giderilmesi için gastronomi turizm kapsamında yapılması gerekenleri uzman kişilerin paydaş görüşleri şu şekildedir:

- Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Niğde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve Sürekli Eğitim Merkezleri gibi kurumlar ile iş birliği içerisinde olup eğitim ve kurslar düzenlenmelidir.
- Türkiye’nin ünlü şefleri ve gurmelerini Niğde mutfağı yemeklerini tanıtmak amacıyla bu kişiler ile iş birliği içerisinde çalışmalar yapmak.
- Coğrafi işaretli ürünlerin tescillenmesi için çalışmalar yapmak.
- Yemek yarışmaları ve kongreler yapmak.
- Gastronomi festivalleri ve şenlikler yapmak.
- Niğde mutfağı ile alakalı kitap çalışmaları yapmak ve dergilerde yayınlar yapmak.
- Yöresel yemeklerin tanıtımının yapıldığı ve satışının olduğu lokantalar açmak gerekmektedir.

Niğde gastronomi turizminin gelişmesi ve tanıtılması için resmi kuruluşların çalışmaları, faaliyetleri ve projeleri ise ře şekildedir:

- Niğde belediyesi ve Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi ile iş birliği içerisinde geręekleřtirilen “Niğde Yöresel Lezzetleri” kitap çalışması.
- Yöresel lezzetler restoranı, “Niğde Gastronomi Evi” projesi.
- Niğde kalesi çevresinde yapılacak olan restorasyon çalışması ile yerel işletmelere Niğde yöresel ürünlerini satmaları için satış olanağı, sosyal alanlar ve yiyecek içecek işletmeleri için lokanta ve restoran imkânı.
- Niğde yöresel yiyecek ve içecekleri ile alakalı yemek fotoğrafı yarışmasının düzenlenmesi.

- Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü Aşçılık Programı Akademisyenleri ile yerel ve ulusal medya kanallarında yemek programlarında Niğde mutfağının tanıtımlarını gerçekleştirmek.
- Niğde Gastronomi Festivali projesi (2020 yılı Gastronomi yılı olduğu için Niğde’de bir ilk olacak gastronomi festivali projemiz vardı. Covid19 Pandemi sürecinden ötürü gerçekleştirilemedi.) Fakat çalışmalarımız gelecek yıllarda devam edecektir.
- Niğde yemeklerini, Niğde yöresel ürünlerinin görsellerini resmî web sitelerimizde ve sosyal medya hesaplarımızda paylaşıyoruz.
- Niğde mutfağının yöresel yiyecek ve içecekleri alanında uzman şefler tarafından Niğde halkına “Niğde Yöresel Lezzetler Workshop” çalışmaları yapıldı.
- Niğde Gümüşler Manastırı karşısında yapılan yöresel yemek lokantasının açılması.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmada, yöresel yiyecek ve içeceklerin gastronomi turizmine etkileri Niğde ili örneği üzerinden incelenmiştir. Araştırma iki aşamadan oluşmaktadır. Araştırmanın birinci aşaması Niğde mutfağına ait yöresel yemek reçetelerinin kayıt altına alınmasıdır. Bunun için, Niğde’de ikamet eden kaynak kişilerden yararlanılarak toplamda 35 adet Niğde yöresel lezzetleri tespit edilmiş, reçeteleri hazırlanmış ve çalışmanın ikinci bölümünde sunulmuştur.

Gastronomi turizmi, gastronomi turizmi arzı ve gastronomi turizmi talebi olarak iki kısımda incelenebilir. Bu çalışmada, yöresel yiyecek ve içeceklerin gastronomi turizmine etkileri arz boyutunu temsil eden paydaşların bakış açısı ile belirlenmeye çalışılmıştır. Bu nedenle araştırmanın ikinci aşamasında, Niğde Merkezde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinden, otel yöneticilerinden, seyahat acentelerinden, Niğde Turizmciler Derneği’nden ve Niğde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’nden araştırma sorularını cevaplama konusunda yetkin olduğu düşünülen denekler ile yarı yapılandırılmış (önceden hazırlanmış sorular) görüşme tekniği ile veriler derlenmiş, analiz edilmiş ve raporlanmıştır.

Araştırma bulgularına göre Niğde’ye özgü özellikle unutulmaya yüz tutmuş yöresel yemekler;

- Üzüm boranisi/üzümlü
- Mangır çorbası
- Sütlü pancar çorbası
- Orta dolma
- Bossulu
- Ayva boranisi
- Paça tirit

Bölgede yer alan yiyecek ve içecek ile ilişkili işletmelerin Niğde yöresel yiyecek ve içeceklerine gereken önemi verilmediği; menülerinde yer almadığı tespit edilmiştir. Bunu nedeni olarak yöresel yemeklerin tercih edilmemesi ileri sürülmektedir. Diğer

nedenler ise; tüketicilerin ucuz ve fast food yiyeceklere yönelmesi, yemekleri bilen kalifiye personel eksikliği, yöresel yemeklerin yapım süresinin uzun olması ve işletme konseptinin yöresel yemekleri içermemesidir.

Turistik açıdan ön plana çıkarılması önerilen yöresel yemek ise Niğde'nin tescilli lezzeti ise "Bor Söğürme" yemeğidir.

Yöresel yiyecek ve içeceklerin bölgenin gastronomi turizmine katkısı olacağına (%92,7) inanılmakta, ancak tanıtım faaliyetleri eksik (%53,6) görülmektedir. Yetersiz bulunan ve sorun olarak görülen diğer unsurlar: Reklam ve kampanyalar, yöresel lokantaların olmaması, yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşlarının teşvikinin yetersiz olması, işletmelerin ve yerel halkın yöresel yemeklere gereken önemi vermemesi ve İl Kültür Turizm Müdürlüğü'nün ve Niğde Valiliğinin çalışmalarının yetersiz olmasıdır.

Niğde'de gastronomi turizm kapsamında yapılması gerekenleri ise tanıtım faaliyetlerinin artırılması, elma/patates/darboğaz kiraz şenlikleri, yöresel ürün fuarları, yöresel yemeklerin tescillenmesi, yöresel restoran ve lokantalar, yöresel yemek kursları ve workshopları, sektör ve akademi iş birliği, il dışında Niğde günleri şenlikleri, sosyal medya kanalları ile tanıtımlar, gastronomi festivalleri, yöresel yemek yarışmaları, gastronomi gezi turları, Niğde merkezde Bor söğürme sokağı ve yöresel yemek kitabı çalışmaları olarak önerilmektedir.

İşletmelerin müşteri kitlesinin yerel halk (esnaf, öğrenci, kamu personeli) tarafından meydana geldiği, işletmelerin her kesime hitap ettiği belirtilmektedir. İşletmelerin menülerinde en çok yer alan yöresel yiyecek ve içecek ise Niğde tava yemeği ve Niğde gazozudur.

İlginç bulgulardan bir diğeri yiyecek içecek işletmelerine gelen kişilerin Niğde'nin yöresel yemeklerini sormalarıdır. Bu ise Niğde'nin yöresel yiyecek ve içeceklerine ilgi olduğunu göstergesi sayılabilir.

Deneklerin kanaatleri, Niğde'nin gastronomi turizm potansiyelinin yüksek olduğu ancak yöresel yiyeceklerin yeterince ön plana çıkarılmadığı ve tanıtımın eksik olduğu yönündedir.

Öte yandan Niğde gastronomi turizmine etkisi olan yöresel yiyecek ve içecek reçetelerinden işletmecilerin ön gördüğü reçetelerin uygulanarak menülerde sunulduğu tespit edilmiştir. Bu sebepten yöresel yiyecek ve içeceklerin arz ve pazarlama açısından gastronomi turizmine etkileri olduğu belirlenmiştir.

Niğde’de bulunan yiyecek içecek işletmelerinin Niğde yemeklerinin tanıtımında çok yetersiz olduğu, toplumda yeme içme alışkanlıklarının değişmeye başladığı ve buna bağlı olarak yöresel yemeklere olan talebin çok az olduğu yönünde görüşler ortaya çıkmıştır. Buna rağmen katılımcıların büyük bir bölümü Niğde’nin yöresel yiyecek ve içeceklerinin bölgenin gastronomi turizm potansiyeline katkısı olacağı görüşünü savunmuştur.

Çalışma kapsamında belirlenen öneriler şu şekilde sıralanabilir;

- Yöresel ürünler ile ilgili hem yazılı hem de görsel ve özellikle de sosyal medya araçlarından faydalanılmalı, çeşitli festivaller düzenlenerek Niğde mutfağının tanıtım faaliyetleri yapılmalıdır.
- Niğde Darboğaz kiraz şenlikleri gibi her yıl yörede belli dönemlerde gastronomi turizmine katkı sağlamak adına ulusal ve uluslararası gastronomi şenlikleri ve tadım günleri düzenlenip çeşitlendirilebilir.
- Bölgeye özgü yöresel ürünlerin ve yemeklerin tanıtılması için kamu ve özel sektör iş birliği içerisinde faaliyetler yürütülmelidir.
- Niğde ilinde mutfak kültürünü yansıtan bir mutfak müzesi açılabilir.
- Niğde’nin yöresel lezzetlerinin sunulduğu lokanta ve restoranlar açılmalıdır.
- Niğde merkezde tescilli ürün olan Bor söğürme kasap/fırın sokağı kurulmalıdır.
- Bölgede yer alan tüm kurumlar iş birliği içerisinde ilerleyip yılın belli dönemlerinde bir araya gelerek bir sonraki yıl için araştırma ve geliştirme çalışmaları gerçekleştirebilir.
- Bölgede bulunan yiyecek ve içecek işletmelerinin menülerinde daha fazla yöresel lezzetlere yer verilebilmesi için yılın belli dönemlerinde işletme sahipleri ve çalışanlarının katılabileceği Niğde yöresel mutfağı hakkında bilgilendirici toplantılar düzenlenebilir.
- Yiyecek içecek işletmelerinin mutfağında çalışan aşçılara Niğde yöresel yemekleri hakkında hizmet içi eğitimler verilebilir. Bu sayede yöresel yemeklere daha hâkim ve nitelikli aşçılar yetişebilir.
- Niğde’ye özgü yemeklerin ve yöresel ürünlerin coğrafi işaret belgesinin alınması için çalışmalar yapılmalıdır.
- Niğde’nin Kapadokya bölgesi içerisinde olması, Nevşehir ve Kayseri gibi turistik şehirlere komşu olmasından doğan avantajlı konumunu

değerlendirmelidir. Niğde’de bulunan acenteler Niğde mutfağının tanıtımını yaparak gastronomi turizmüne yönelik kapsamlı paket turlar düzenleyebilir.

- Niğde’de bulunan eğitim kurumlarıyla beraber yöresel yemeklerin yerli ve yabancı turiste tanıtılması için workshoplarla birlikte uygulamalı eğitimler verilebilir.
- Yöresel yemek yarışmaları düzenlenerek Niğde mutfağının tanıtımı yapılabilir.
- Bölgedeki paydaşlar birbirleriyle iletişim içinde olmalı ve yeni yöresel işletmeler açılmasında yerel kurumların desteği alınmalıdır.
- Gastronomi turizminin canlılık kazanması için destinasyondaki turizm okullarının aşçılık bölümlerinde bölge kültürüne ait yemekler tanıtılmalı ve bölgenin tanıtılmasında bu ürünlerden yararlanılmalıdır.

Yapılan çalışmanın örneklemi Covid19 Pandemi süreci, sokağa çıkma kısıtlamaları, salgın koşullarının sürmesi ve yiyecek içecek işletmelerinin hizmetlerine ara vermeleri gibi nedenlerden dolayı kısıtlı tutulmuş olup yöresel yiyecek ve içeceklerin gastronomi turizmi ile ilişkisi işletmeler açısından incelenmiştir. Elde edilen bulgulardan yola çıkılarak benzer yönde ulusal ve uluslararası ziyaretçiler açısından yöresel yemeklerin bilinirliği ve tanınırlığı ölçülebilir. Ayrıca yöresel mutfak kültürünün ekonomik, sosyal, kültürel, psikolojik ve çevresel boyutlarını ortaya koyabilecek akademik araştırmalarda uygulanabilir.

Yöresel yemekler kullanılarak Niğde turizm gastronomi potansiyelinin gün yüzüne çıkarılması, tanıtılması ve geliştirilmesinde araştırmacı ve uygulayıcı paydaşlara bu araştırma kaynak niteliğinde olacaktır.

KAYNAKÇA

- Akgöl Y (2012) Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, T.C. Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, Mersin.
- Akkülâh M F (2010) Turist Profilini Yükseltmek İçin İzlenecek Yeni Reklam ve Tanıtım Stratejileri Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Ankara.
- Albayrak A (2013) Farklı Milletlerden Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Saptanması Üzerine Bir Çalışma. *Journal of Yasar University*, 30(8): 5049-5063.
- Algün V (2016) Gastronomik Bir Öğe Olarak Üzümün Görsel Sanatlardaki Biçimleri: Sosyo-Kültürel ve Tarihsel Bir İnceleme. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, Gaziantep.
- Altinel H (2009) Gastronomide Menü Yönetimi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İstanbul.
- Altinel H (2011) *Menü Yönetimi ve Menü Planlama* (Detay Yayıncılık, Ankara).
- Altunışık R, Coşkun R, Bayraktaroğlu S, Yıldırım E (2007) *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı* 5.Baskı, (Sakarya Yayıncılık, Sakarya).
- Aslan H (2010) Gastronomi Turizminin Turizm Eğitimi Programlarındaki Yeri ve Önemi Bir Uygulama Yüksek Lisans Tezi, T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çocuk Gelişimi ve Ev Yönetimi Anabilim Dalı Beslenme Eğitim Bilim Dalı.
- Atalay S (2016) Ziyaretçilerin Edirne İli Gastronomik İmaj Algılarının Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Çanakkale.
- Ateş U (2014) Gastronomi Turizminin Çanakkale Turizmine Katkısı. Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.

- Aydemir D A (2018) Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitimi Alan Üniversite Öğrencilerinin Kariyer Beklentileri. Lisans Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Aydın E (2015) Gastronomi Turizminin Şehir Markalaşmasına Etkisi Afyonkarahisar İli Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Afyonkarahisar: Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon.
- Ballı E (2013) Gastronomi Turizmi ve Adana Mutfak Kültürü. 2. *Doğu Akdeniz Sempozyumu*. Adana, Mayıs 21-23.
- Baş M (2017) *Medeniyetlerin Burcunda Bir Şehir: Niğde* (Feyza Matbaacılık, Niğde).
- Baydan S (2018) Gastronomi İmajı ve Sosyal Medyanın Turistlerin Ziyaret Niyetlerine Etkisi. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Bekar A, Kılıç B (2014) Turistlerin Gelir Düzeylerine Göre Destinasyondaki Gastronomi Turizmi Etkinliklerine Katılımları. Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi *International Journal of Social and Economic Sciences* 4(1):19-26.
- Belpınar A (2014) Gastronomi Turizm'ine Yönelik Turist Görüşlerinin Kültürlerarası Karşılaştırılması Kapadokya Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Bucak T, Aracı Ü E (2013) Türkiye'de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(30): 203-216.
- Bucak T, Ateş U (2014). Gastronomi Turizminin İl Turizmine Etkisi Çanakkale Örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies* 28: 315-328.
- Ciğirim N (2001) Batı ve Türk Mutfağının Gelişimi, Etkileşimi ve Yiyecek İçecek Hizmetlerinde Türk Mutfağının Yerine Bir Bakış, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, *Türk Halk Kültürü Araştırmalar ve Tanıtma Vakfı* 28: 49-61.
- Cohen E, Cohen S A (2012) Authentication: Hot and Cool. *Annals of Tourism Research* 39(3): 1295-1314.

- Cömert M, Durlu Ö F (2014) Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 2(2): 62-66.
- Çağlı I B (2012) Türkiye'de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü Gastronomi Turizmi Örneği, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı Bölge Planlama Programı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Çakır A, Sezer B, Küçükaltan D (2014) Trakya Mutfağında Kültürel Unsurlar Kırklareli Örneği. *Eko-Gastronomi Dergisi* 1(1): 49-67.
- Çalışkan O (2013) Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 1(2): 39-51.
- Çavuşoğlu M (2011) Gastronomi Turizmi ve Kıbrıs Mutfak Kültürü Üzerine Bir Araştırma. *I. Uluslararası IV. Ulusal Eğirdir Turizm Sempozyumu*. Isparta, Aralık 1-4.
- Çelik M (2017) Şanlıurfa'daki Gastronomi Kültürünün, Kenti Ziyaret Eden Yerli Turistlerin Kalış Sürelerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Ankara.
- Çetin, B (2018) Niğde İlinin Dağ Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. *2nd International Symposium on Silk Road Academic Studie*. 20-22 Eylül, 500-505.
- Çevik S, M Yıldırım Saçılık (2011) Destinasyonun Rekabet Avantajı Elde Etmesinde Gastronomi Turizminin Rolü: Erdek Örneği. *12. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*. Düzce, Şubat 12.
- Demir C (2011) Mutfak Turizminin Destinasyon Pazarlamasındaki Önemi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Ana Bilim Dalı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara.
- Deveci B Türkmen, S, Avcıkurt C (2013) Kırsal Turizm ile Gastronomi Turizmi İlişkisi Bigadiç Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi* 3(2): 29-34.
- Dey I (1993) *Qualitative Data Analysis (A User-Friendly Guide for Social Scientists*. Routledge, London).
- Dilsiz B (2010) Türkiye'de Gastronomi ve Turizm İstanbul İli Örneği. Yüksek Lisans Tezi, T.C. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İstanbul.

- Dmc Haber (2020). *Niğde Mutfağında Lezzet Yolculuğu*. <http://dmchaber.com/haber-nigde-mutfaginda-lezzet-yolculugu-5529.html> (23 Aralık 2020).
- Durlu Özkaya, F Sünnetçioğlu, S Can A (2013) Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 1(1):13-20.
- Eren D (2011) Alternatif Bir Turizm Çeşidi Olarak Mutfak Turizminin Değerlendirilmesine İlişkin Sektör Temsilcilerinin Görüşlerinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Düzce.
- Eren S (2007) Türk Mutfağı ve Haccp Sistemi Mutfak Profesyonellerinin Haccp Bilgilerinin Ölçülmesi. *I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu*. Antalya, Nisan 10-11.
- Eryılmaz B (2014) Sosyal Medya Kullanımının Müşteri Tercihleri Üzerine Etkileri Konaklama İşletmelerinde Bir İnceleme. Basılmamış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Frochot I (2003) An Analysis of Regional Positioning and Its Associated Food Images in French Tourism Regional Brochures. *Journal of Travel and Tourism Marketing* 14(3-4):77-96.
- Gökdeniz A, Erdem B, Dinç Y, Çelik S U (2015) Gastronomi Turizmi Ayvalık'ta Yerel Turistler Üzerinde Görgül Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 3(1): 4-9.
- Göker G (2011) Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi (Balıkesir Örneği) Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.
- Göynüşen S E (2011) Edirne'deki Gastronomik Kültürün Kentin Pazarlama ve Markalaşmasına Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Edirne.
- Güneş G, Ülker H, Karakoç G (2008) Sürdürülebilir Turizmde Yöresel Yemek Kültürünün Önemi. *2.Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirisi*. Alanya, Nisan 17-18.
- Gürsoy D (2013) *Tarihin Süzgecinde Yöresel Mutfağımız* (Oğlak Yayınları, İstanbul).
- Güzel B, Apaydın M (2016) Gastronomy Tourism, Motivations and Destinations. *Global Issues and Trends in Tourism* 30:394-404.

- Hall MC, Sharples L (2003) *The Consumption of Experience of Consumption? An Introduction to the Tourism of Taste. Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets* (Butterworth, Heinemann, Oxford).
- Hatipoğlu A (2010) İnançların Gastronomi Üzerine Etkileri Bodrumdaki Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Yöneticilerinin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Hatipoğlu A (2014) Osmanlı Saray Mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde incelenmesi. Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Sakarya.
- Hegarty J A (2005) Developing Subject Fields in culinary arts, science, and gastronomy. *Journal of Culinary Science & Technology* 4(1): 5-13.
- Henderson J C (2009) Food Tourism Reviewed. *British Food Journal* 11(4):317-326.
- Hjalager A M, Corigliano M A (2000) Food for Tourists Determinants of an Image. *International Journal of Tourism Research* 2: 281-293.
- Hürriyet (2020a). *Füzyon Mutfağı*. <http://www.hurriyet.com.tr/fuzyon-mutfagi-nedir-bize-ne-kadar-uyar-326530> (11 Aralık 2020).
- Hürriyet (2020b). *Niğde Mavi Peyniri*. <https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/peynir-hazineniz-var-ama-haberiniz-yok-3627984> (20 Aralık 2020).
- İlhan İ (2003). *Gastronomi Yeme-içme bilimi ve sanatı*. Agora Eki, Hürriyet Gazetesi (24 Şubat 2003).
- İlhan R (2018) Çerkez Mutfağının Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi Restoran Sahipleri ve Müşteri Görüşlerinin Karşılaştırmalı Analizi Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Düzce.
- Jones P, Shears P, Hillier D, Comfort D, Lowell J (2003) Return to traditional values? A case study of Slow Food. *British Food Journal* 105: 297–304.
- Karaca E (2018) Dünya Genelindeki Yükseköğretim Kurumlarında Verilen Gastronomi Öğreniminin Karşılaştırmalı Analizi. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Enstitü, Sakarya.

- Karacaoğlu S, Yenipınar U, Sahilli Birdir S, Birdir K (2015) Sürdürülebilir Turizm Aracı Olarak Gastronomik Miras Adana ve Mersin İlleri Örneği. *IV. Doğu Akdeniz Sempozyumu*. Antakya, Nisan 19-20.
- Karim S A, Chi G Q (2010) Culinary Tourism As A Destination Attraction: an Empirical Examination of Destinations' Food İmage. *Journal of Hospitality Marketing & Management* 19(6):531-555.
- Kart Gölgeli Ü (2016) Yerel Yiyeceklerin Gastronomi Turizmindeki Yeri ve Önemi, Anamur Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin,
- Kaşlı M Cankül, D Köz, E, Ekici A (2015) Gastronomik Miras ve Sürdürülebilirlik Eskişehir Örneği. *Eko-Gastronomi Dergisi* 1(2):27-46.
- Kemer A K (2011) Otellerde Çalışan Mutfak Personelinin ve Aşçılık Alanında Yüksek Öğrenim Gören Öğrencilerin Moleküler Gastronomi Konusundaki Bilgi ve Görüşler, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Kemer E (2019) *Niğde Bor Söğürmesi Bir Yerin Tabaktaki Kimliği* (Detay Yayıncılık, Ankara).
- Kesici M (2012) Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 14 (23): 33-37.
- Kılıç N (2010) Türk Mutfağının Ege-Akdeniz Karakteri Kültürel ve Turistik Açından İncelenmesi Ayvalık Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Kızılırmak İ, Albayrak A, Küçükali S (2014) Yöresel Mutfağın Kırsal Turizm İşletmelerinde Uygulanması Uzungöl Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi* 4(1):75-83.
- Kızılırmak İ, Ofluoğlu M, Şişik L (2016) Türkiye’de Uygulanan Gastronomi Turları Rotalarının Web Tabanlı Analizi ve Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4(Special Issuel) 258-269.
- Kızılkaya F (2017a) *Geçmişin Özeti Fotoğraflarda Niğde* (Feyza Matbaacılık, Niğde).
- Kızılkaya F (2017b). *Kapadokya* (Feyza Matbaacılık, Niğde).
- Kivela J, Crotts J C (2005) Gastronomy Tourism: A Meaningful Travel Market Segment. *Journal of Culinary Science & Technology* 4(2/3): 63–77.

- Kivela J, 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.
- Kocaman M (2016) Niğde'nin Geç Dönem Osmanlı Kiliseleri, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat Tarihi Anabilim Dalı, Konya.
- Kozak M (2017) *Bilimsel Araştırma Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri* 3.Baskı, (Detay Yayıncılık, Ankara).
- Kurgun H, Özşeker D B (2016) *Gastronomi ve Turizm* (Detay Yayıncılık, Ankara).
- Küçükaltan G (2009) Küreselleşme Sürecinde Gastronomide Yöresel Tatların Turistlerin Destinasyon Tercihlerine ve Ülke Ekonomilerine Etkileri. Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. *3.Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri*. Antalya, Nisan 17-18.
- Long L M (2004) *Culinary Tourism* (The University Press of Kentucky, Lexington).
- Lopez X A, Martin B G (2006) Tourism and Quality Agro-Food Products: an Opportunity for The Spanish Countryside. *Journal of Economic & Social Geography* 166-177.
- Mil B (2009) Yemek Pişirmeden Gastronomiye Uzanan Bakış Açısıyla Küreselleşen Yemek. *3.Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikleri*. Antalya, Nisan 17-18.
- Milliyet (2020). *Dünyanın İlk Vejetaryeni Niğdeli Apollon* [https://www.milliyet.com.tr/gundem/dunyanin-ilk-vejeteryeni-nigdeli-apollon-379166](https://www.milliyet.com.tr/gundem/dunyanin-ilk-vejeteryani-nigdeli-apollon-379166) (21 Aralık 2020).
- Mitchell R, Hall M (2000) Wine Tourism in The Mediterranean: A Tool For Restructuring and Development. *Thunderbird International Business Review* 42 (4):445- 465.
- Mitchell R, Hall M (2003) *Consuming Tourists: Food Tourism Consumer Behaviour. Food Tourism Around The World: Development, Management and Markets* Cambourne (Oxford, Butter-Worth Heinemann).
- Molz J G (2007) Eating difference: the cosmopolitan motilities of culinary tourism. *Space and Culture*. 10(1): 77-93.

- Nebioğlu O (2016) Yerel Gastronomik Ürünlerin Turizmde Kullanılmasını Etkileyen Faktörler. Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Antalya.
- Nebioğlu O (2017) Gastronomik Kimlik ve Gastronomik Turizm Ürünlerinin Sınıflandırılması Üzerine Nitel Bir Araştırma Alanya Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 5(2): 12-16.
- Niğde İl Kültür Turizm Müdürlüğü, (2020). <https://nigde.ktb.gov.tr/TR-213344/nigde-sivesi.html> (24 Aralık 2020).
- Niğde İl Kültür Turizm Müdürlüğü, (2021). <https://nigde.ktb.gov.tr/TR-74354/nigde-mutfagi.html> (05 Şubat 2021).
- Niğde İl Tarım ve Orman Müdürlüğü (2020). *Niğde'yi Tanıyalım* <https://nigde.tarimorman.gov.tr/Menu/10/Nigdeyi-Taniyalim> (20 Aralık 2020).
- Niğde Valiliği (2020). *İlimiz Hakkında*. www.nigde.gov.tr/cografi-yapi (20 Aralık 2020).
- Oğuz S (2016) Gastronomi Turizminde Stratejik Gelişme: Doğu Akdeniz Bölgesi Perspektifi. Doktora Tezi, TC. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Okumuş B, Okumuş F, Mckercher B (2007) Incorporating Local and International Cuisines İn The Marketing of Tourism Destinations: The Cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management* 28(1): 253–261.
- Okuyucu A (2011) Osmaneli İlçe Merkezinde Kültürel Mirasın Korunması ve Turizm Amaçlı Kullanımına Yönelik Bir Araştırma. Ankara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi. Ankara.
- Önal N (2018) Kastamonu'da Gastronomi Turizmi Kapsamında Yöresel Yemeklerden Turistik Ürün Olarak Yararlanılması Yüksek Lisans Tezi, Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Kastamonu.
- Öney H (2013) *Gastronomi Turizmi Alternatif Turizm* (Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir).
- Özçil E İ (2020). *Gastronomi Dünyası*. <https://www.kibrisgazetesi.com/gastronomi-dunyasi-makale,3085.html> (12 Aralık 2020).

- Özkaya Esin, Gündeğer Meral (2014) Yöresel Ürünlerin Gastronomi Turizminde Kullanımı: Ayvacık Örneği. 1. *Ulusal Meslek Yüksek Okulları Sosyal ve Teknik Bilimler Kongresi*. Zonguldak, Mayıs 22-23.
- Özmen M (2007) Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri Akçakoca Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Akçakoca.
- Pajo A, Uğurlu K (2015) Cittaslow Kentleri İçin Slow Food Çalışmalarının Önemi. *Electronic Journal of Vocational Colleges* 5(6):65-73.
- Patton M Q (1987) *How to use qualitative methods in evaluation* (Newbury Park, CA, Sage).
- Patton M Q (2002) *Qualitative research and evaluation methods* (Thousand Oaks, Calif, Sage Publications).
- Quan S, Wang N (2004) Towards a Structural Model of the Tourist Experience: An Illustration from Food Experiences in Tourism. *Tourism Management* 25: (3):297-305.
- Sabah (2020). *Fast Food Nedir*. <https://www.sabah.com.tr/saglik/2018/05/01/fast-food-nedir-fast-food-zararlarina-dikkat> (11 Aralık 2020).
- Samancı Ö (2013). *Gastronomi Terimi Üzerine*. <http://foodinlife.com.tr> (10.12.2020).
- Sarıışık M (2017) *Gastronomi Bilimi* (Detay Yayıncılık, Ankara).
- Sims R (2009) Food, Place and Authenticity: Local Food and the Sustainable Tourism Experience. *Journal of Sustainable Tourism* 77(3):321-336.
- Skuras, D, Dimara E, Petrou A (2006) Rural Tourism and Visitors Expenditures for Local Food Products. *Regional Studies* 40(7):769-779.
- Stewart C J, Cash W B (1991) *Interviewing: Principles and Practices* (Dubuque, Iowa: W.C. Brown Co).
- Şahin Perçin N ve Keskin S N (2019) Tarsus Mutfağına Özgü Bir Lezzet: Cezerye. 4. *Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi*. Nevşehir, Eylül 19-21.
- Şengül S, Türkay O (2017) *Türkiye'nin Yöresel Mutfakları* (Detay Yayıncılık, Ankara).

- Şengül S (2017) Yiyecek İçecek İşletmelerinin Tedarikçi Değerlendirmeleri Yöresel Mutfak Ürünlerinin Satın Alma Süreçleri Hakkında Bir Araştırma. *Mehmet Akif Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 218-233.
- Şengül S ve Türkay O (2015) Doğu Karadeniz Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi Bildiri Kitabı*. Gümüşhane, Mayıs 14-16.
- Şengül S, Türkay O (2016a) Akdeniz Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi. *The Journal of Tourism an Gastronomy Studies* 4: 86-99.
- Şengül S, Türkay O (2016b) Yöresel Mutfak Unsurlarının Turizm Destinasyonu Seçimindeki Rolü (Mudurnu Örneği). *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi* 12-29.
- Tek N A, Sürücüoğlu M S (2014) Basılmış olan ilk Türk yemek kitabı Melceü't Tabbahin. *Gazi Türkiyat* 14: 225-229.
- Tezcan M (2000) *Türk Yemek Antropolojisi Yazıları* (Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara).
- Toloie E A, Chitsaz S, Karimian L, Charkhchi R (2011) A Classification of Qualitative Research Methods. *Research Journal of International Studies* 20:106-123.
- Toroğlu E (2006) Niğde İli Yerleşmeleri ve Lokasyon Planlaması. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya (Bölgesel Coğrafya) Anabilim Dalı, Ankara.
- Tuna M, Özyurt B (2018) Ankara'da Gastronomi Turizminin Değerlendirilmesi Nitel Bir Araştırma Evaluation of Gastronomy Tourism in Ankara A Qualitative Research. *The Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 18:73-87.
- Türk Dil Kurumu (2020a). *Gastronominin Tanımı*. <http://www.tdk.gov.tr> (13 Aralık 2020).
- Türk Dil Kurumu (2020b). *Gastronom Kelimesi*. <http://www.tdk.gov.tr> (11 Aralık 2020).
- Türk Dil Kurumu (2020c). *Füzyon Kelimesi*. <http://www.tdk.gov.tr> (11 Aralık 2020).
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2020). *Niğde'nin Coğrafi İşaretli Ürünleri*. <https://www.ci.gov.tr/Files/GeographicalSigns/317.pdf> (04 Aralık 2020).

- Türkoğlu H, Akoğlan K M (2015) Türk Mutfağının Gelişmesinde Gurmelerin Rollerine Yönelik Algılamalar. *Anatolia. Turizm Araştırmaları Dergisi* 26(2):207-220.
- Türsab (2015) *Gastronomi Turizmi Raporu* (Türkiye Seyehat Acenteleri Birliği Yayınları, İstanbul).
- UNESCO (2020) *Yaratıcı Şehirler Ağı*. <http://en.unesco.org/creative-cities/events/47-cities-join-unesco-creative-cities-network> (20 Aralık 2020).
- Uyar H ve Zengin B (2015) Gastronomi Turizminin Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Değerlendirilmesi Bağlamında Gastronomi Turizm İndeksinin Oluşturulması. *The Journal of Academic Social Science* 17:355-376.
- Üner E H (2014) Her Şey Dahil Sistemde Türkiye Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Yönetimi Anabilim Dalı, Ankara.
- Üzümcü O O (2018) Gastronomi Kültürü ve Gastronomi Turizmi Açısından Likya Bölgesini Ziyaret Eden Turistler Üzerine Bir İnceleme. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Varol İnel S (2015) *Niğde'nin Adet ve Merasimleri* (Karan Ofset Yayıncılık, Niğde).
- Wolcott H F (1994) *Transforming Qualitative Data: Description, Analysis and Interpretation*. (Sage Publications, Newbury Park).
- Yarış A (2014) Mardin'de Gastronomi Turizmi Turist Görüşlerine İlişkin Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Mardin Artuklu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mardin.
- Yavuz, M. (2019). Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Gastronomi Turizmine Etkileri: Gökçeada Örneği Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Gaziantep.
- Yıldırım A, Şimşek H (2016) *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* 10.Baskı, (Seçkin Yayıncılık, Ankara).
- Yurtseven H R (2014) Cittaslow Gökçeada ve Eko-Gastronomi Kültürünün Ulusal-Uluslararası Alanda Tanıtılması Projesi. *Eko Gastronomi Dergisi* 1 (1):7-8.
- Yüncü H R (2010) Yerel Değerler ve Yayla Turizmi Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası. *10. Aybastı-Kabataş Kurultayı*, Ankara, Mayıs 16-19.

EKLER

Ek 1. Görüşme Formu

Sayın Katılımcı,

Bu görüşme, Niğde mutfak kültüründe yer alan yöresel yiyecek ve içeceklerin bölgenin gastronomi turizmine etki düzeyini belirlemeye yöneliktir. Bundan dolayı bilgi edinebilme amaçlı yüksek lisans tez çalışması için yapılmaktadır.

Niğde mutfağında yer alan yöresel yiyecek ve içecekler hakkında ayrıntılı bir şekilde bilgi edinebilmek amaçlanmıştır.

Niğde merkezinde konu ile ilgili bilgi sahibi olduğuna inanılan ve bu yüzden kaynak olarak belirlenen yiyecek içecek işletmeleri, turizm işletme belgeli oteller, belediye işletme belgeli oteller ve A grubu acenteler, Niğde Turizmciler Derneği ve Niğde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünde temsilen görüşülen kişilerin vermiş oldukları yanıtlar ile sınırlıdır. Konu ile ilgili bilgilerinin alınması ile elde edilen veriler, bölgenin gastronomi turizm potansiyelinin etki düzeyini belirleyebilmek amacıyla yapılmaktadır.

Bu amaçlar doğrultusunda tarafınıza aşağıda yer alan sorular yöneltilecektir. Vereceğiniz yanıtlar çalışmanın belirlenen problemine yanıt bulabilmesi ve hedeflediği amaçlarına ulaşabilmesi bakımından son derece büyük bir önem arz etmektedir.

Değerli vaktinizi ayırdığınız ve katkıda bulunduğunuz için çok teşekkür ederim.

Saygılarımla.

Araştırmacı;
Mevlüt ÖLMEZ
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü
Gastronomi ve Mutfak Sanatları
mevlutolmez@ohu.edu.tr

Danışman;
Doç. Dr. İbrahim İLHAN
Nevşehir Hacı Bektaş Veli
Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Gastronomi ve Mutfak Sanatları
ibrahim@nevsehir.edu.tr

Görüşme Soruları

Kaynak kişinin demografik özellikleri: (Adı-Soyadı, Cinsiyet, Yaşı, Eğitim Durumu, Çalışılan Pozisyon, Sektör Deneyim Süresi).

1. Niğde'nin yöresel yemeklerini biliyor musunuz? Niğde'ye özgü bildiğiniz özellikle unutulmaya yüz tutmuş yöresel yiyecek ve içecek var mıdır?
2. Niğde genelinde yer alan yiyecek ve içecek ile ilişkili işletmeler bölgenin sahip olduğu yöresel yiyecek ve içeceklerine gereken önemi veriyor mu? Bu yemeklere menülerinde yer veriyorlar mı?
3. Niğde iline ait gastronomik lezzetlerden hangileri turistik açıdan ön plana çıkarılmalıdır? Bu yemeklerden hangileri gastronomi turizmi kapsamında işletme menülerine dahil edilmelidir? (Kahvaltı, Öğlen Yemeği, Akşam Yemeği, Ara Öğünler, İçecekler)
4. Niğde mutfağında yer alan yöresel yiyecek ve içeceklerin bölgenin gastronomi turizmi potansiyeline katkısı olacağını düşünüyor musunuz?
5. Niğde ilinin gastronomi turizmi açısından eksik yönleri nelerdir? Niğde'de gastronomi turizmi kapsamında neler yapılabilir?
6. İşletmenizin müşteri potansiyeli ne tür kişiler tarafından oluşmaktadır?
7. İşletmenizin menüsünde Niğde'ye özgü hangi yöresel yiyecek ve içeceklere yer veriyorsunuz? En çok tercih edilen yemekleriniz hangileri?
8. Varsa sunulmayan yemekler neden menünüzde yer almıyor? (Tercih mi edilmiyor, yapımı mı zor, malzemeler mi pahalı, mevsimsel mi vb.)
9. İşletmenize gelen kişiler Niğde'nin yöresel yiyecek ve içeceklerini soruyor ve talep ediyor mu?
10. Niğde yöresel yemeklerini tüketen müşteriler tekrardan bu yemekleri yemek için işletmenize geliyor mu? Bu yemekleri tüketen müşterilerin geri dönüşleri nasıldır?

Ek 2. Niğde Şivesi ile Mutfak Terimleri

Niğde'nin kendine has şivesiyle mutfak terimleri aşağıda verilmiştir (Niğde İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2020);

- **Arap dudağı:** Tandır yanına çıra koymak için yapılan küçük çıkıntı.
- **Aşlık:** Erişte, ev makarnası, yarma.
- **Batman:** 8 kilogramlık ağırlık ölçüsüdür. Genellikle karpuz ve kavun için kullanılır.
- **Bazar ekmeği:** Somun ekmeği.
- **Bocut:** Küçük testi.
- **Büzeyden:** Koyu kıvamda yapılan pekmez.
- **Cavlak:** Kabuğu soyulmuş ceviz.
- **Celfin:** Körpe tavuk.
- **Cere:** Kulplu testi.
- **Cıbra:** Üzüm posası.
- **Cıncık şeker:** Akide şekeri.
- **Cıngıl:** Üzüm salkımı.
- **Cızlağan:** Isırgan otu.
- **Cimcik:** Tutam.
- **Cingil:** Bir çeşit süt kabı.
- **Curun:** Üzüm şirasının aktığı tahliye deliği.
- **Çerik:** İki tenekeye tekabül eden tahıl ölçü birimi.
- **Dandın:** Yufka yaparken oklava dizilen takoz.
- **Devramber:** Ayçiçeği, günebakan.
- **Eşgane:** Kiler.
- **Ferfene:** Yiyeceği ortaklaşa ağlanan yemek. Bağ ve bahçelerde yiyeceklerin birleştirilmesi.
- **Folu:** Tavuğun yumurtlaması için bırakılan tek yumurta.
- **Fos ciğer:** Sakatatın akciğeri.
- **Gabala:** Rastgele, toptan, miktarı belli olmayan.
- **Ganara:** Doymak bilmez kişi.
- **Garsamba:** Gereksiz eşyalar.
- **Geber yatlık:** Gece yemeği.

- **Gelberi:** Sobadaki külleri çekerek temizlemek için kullanılan ucu ters L şeklindeki gereç.
- **Gocaoğmak:** Peynirli ve soğanlı ekmek parçası yemeği.
- **Göde:** Şişman kişi.
- **Gülburnu:** Kuşburnu bitkisi.
- **Harar:** Büyük çuval.
- **Havu:** Yağ, un ve su ile yapılan yemek.
- **Hazal:** Kış ekmeği yapmak için yakılan kuru sonbahar yaprağı.
- **İlifotun:** Çok katı olmadan haşlanmış yumurta, kayısı yumurta.
- **İteği:** Ekmek yapılırken serilen büyük örtü.
- **Koruk:** Olgunlaşmamış ham üzüm.
- **Köfere:** Bal peteği, kovan.
- **Köfter:** üzüm şırası ve nişasta ile yapılan yöresel tatlı.
- **Kursak:** Mide.
- **Kuşane:** Büyük yayvan tencere.
- **Küncü:** Susam.
- **Papara:** Soğanlı ve domatesli bayat ekmeklerden yapılan yemek.
- **Pindir:** Peynir.
- **Sade yağ:** Tereyağının eritilmesi ile üzerindeki tortu ve ayranın alınıp, kaynatılması sonucu süzülerek kullanılan yağ.
- **Sızgıt:** Kuyrukyacağı ile kızartılıp küpe basılan kışlık kuşbaşı et.
- **Sokum:** Lokma.
- **Şepe:** Sacda pişirilen bir tür mayasız ekmek.
- **Tavana:** İçinde ayrı bir erzak odası bulunan büyük ocaklı mutfak.
- **Teleme:** Az pişmiş yumurta.
- **Terek:** Kapakları olmayan mutfak rafı.
- **Tirit:** Kelle suyu ile ekmek karışımı yemek.
- **Uğra:** Ekmek yapılırken yapışmamasını sağlayan kepek unu.
- **Yuha ekmek:** Tandır ateşinde sacda pişirilen ekmek.
- **Üzerlik:** Nazar değmesini engellediğine inanılan bir tür bitki.
- **Zahra:** Tahıl.
- **Zollu:** Çok iyi