



T.C.  
NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI

**YÖRESEL GASTRONOMİK ÜRÜNLERİN DEĞERLENDİRME  
KRİTERLERİ İLE ANALİZİ VE COĞRAFI BİLGİ SİSTEMLERİ  
ARACILIĞIYLA KAPADOKYA BÖLGESİ GASTRONOMİ  
ROTALARININ GELİŞTİRİLMESİ**

Doktora Tezi

Durmuş Ali AYDEMİR

Danışman  
Prof. Dr. Şule AYDIN

Nevşehir  
Temmuz, 2023





T.C.  
NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI

**YÖRESEL GASTRONOMİK ÜRÜNLERİN DEĞERLENDİRME  
KRİTERLERİ İLE ANALİZİ VE COĞRAFİ BİLGİ SİSTEMLERİ  
ARACILIĞIYLA KAPADOKYA BÖLGESİ GASTRONOMİ  
ROTALARININ GELİŞTİRİLMESİ**

Doktora Tezi

Durmuş Ali AYDEMİR

Danışman  
Prof. Dr. Şule AYDIN

Nevşehir  
Temmuz, 2023

## **BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK BEYANI**

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi belirtirim.

Tezi Hazırlayan

Durmuş Ali AYDEMİR

## TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK BEYANI

“Yöresel Gastronomik Ürünlerin Değerlendirme Kriterleri ile Analizi ve Coğrafi Bilgi Sistemleri Aracılığıyla Kapadokya Bölgesi Gastronomi Rotalarının Geliştirilmesi” adlı doktora tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Tez Kılavuzu’na uygun olarak hazırlanmıştır.

Tezi Hazırlayan

Durmuş Ali AYDEMİR

Danışman

Prof. Dr. Şule AYDIN

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı Başkanı

Prof. Dr. Nilüfer ŞAHİN PERÇİN

## KABUL VE ONAY SAYFASI

Prof. Dr. Şule AYDIN danışmanlığında Durmuş Ali AYDEMİR tarafından hazırlanan “Yöresel Gastronomik Ürünlerin Değerlendirme Kriterleri ile Analizi ve Coğrafi Bilgi Sistemleri Aracılığıyla Kapadokya Bölgesi Gastronomi Rotalarının Geliştirilmesi” adlı bu çalışma, jürimiz tarafından Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalında Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulunun ..... / ..... / ..... tarih ve ..... sayılı Kararı ile onaylanmıştır.

28 / 07 / 2023

### JÜRİ

### İMZA

**Danışman** : Prof. Dr. Şule AYDIN

**Üye** : Prof. Dr. Lütfi BUYRUK

**Üye** : Prof. Dr. Korhan Karacaoğlu

**Üye** : Prof.Dr. Serhat HARMAN

**Üye** : Dr. Öğr. Üyesi Ceyhun UÇUK

### ONAY:

..... / ..... / .....

Doktor Öğretim Üyesi Volkan Recai Çetin  
**Enstitü Müdürü V.**

## TEŞEKKÜR

İhtiyaç duyduğum her zaman yanımda olan, doktora tezimin tamamlanmasında ve akademik hayatım boyunca tecrübesi ve bilgi birikimiyle bana yol gösteren, aynı zamanda bilimsel düşünme ve yazma becerilerimin gelişmesine de katkıda bulunan kıymetli danışmanım, değerli hocam Prof. Dr. Şule AYDIN'a sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum. Harcadığı emek ve bana kazandırdıkları için minnettarım.

Tez çalışmalarını süresince desteklerini esirgemeyen tez izlem izleme komitesi üyeleri kıymetli hocalarım Prof. Dr. Lütfi BUYRUK ve Prof. Dr. Korhan KARACAOĞLU'na tez savanmasında destek ve önerileri ile katkı sunan Prof.Dr. Serhat HARMAN ve Dr. Öğr. Üyesi Ceyhun UÇUK'a sonsuz teşekkür ederim

Akademik hayatıma başladığım andan bu yana ve doktora tez çalışmam sırasında beni sürekli motive eden, ihtiyaç duyduğum her anda yanımda olan, deneyimlerini esirgmeden bana aktaran ve manevi desteklerini her zaman hissettiğim kıymetli hocam Doç. Dr. Duygu EREN'e ilgisi ve desteğı için ve Araştırma Görevlisi Dr.Firdevs YÖNET EREN'e sonsuz teşekkür ederim.

Tez çalışmalarını konusunda ihtiyaç duyduğum her anda yardımlarını esirhemeyen Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Üniversitesi Turizm Fakültesinin tüm akademik ve idari personeline şükranlarımı borç bilirim. Ayrıca tez çalışmalarını sırasında veri toplama konusunda desteklerini esirgemeyen tüm akademizyenler ve gastronomi uzmanlarına teşekkür ederim.

Son olarak, hayatıma girdiğı günden bu yana gönlümden geçenleri başarmam konusunda beni teşvik eden, tez yazım aşamasında tüm kaprislerime sonsuz anlayışı, sevgisi ve sabrıyla katlanma nezaketinde bulunan sevgili eşim, hayat arkadaşım Zöhre AYDEMİR ve sevgili oğlum Mustafa Yağız AYDEMİR'e ve hayatım boyunca attığım her adımda beni destekleyen, varlıkları ile bana güç veren, sevgilerini hiçbir zaman esirgemeyen biricik aileme sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Destekleri ve hayatımdaki anlamlı varlıkları için minnettarım.

Durmuş Ali AYDEMİR

Temmuz, 2023

# YÖRESEL GASTRONOMİK ÜRÜNLERİN DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ İLE ANALİZİ VE COĞRAFI BİLGİ SİSTEMLERİ ARACILIĞIYLA KAPADOKYA BÖLGESİ GASTRONOMİ ROTALARININ GELİŞTİRİLMESİ

**Durmuş Ali AYDEMİR**

**Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, Doktora Tezi, Temmuz 2023  
Danışman: Prof. Dr. Şule AYDIN**

## ÖZET

Kapadokya bölgesini ziyaret eden ziyaretçiler tarafından sık kullanılan ve Kapadokya kayalık alanlarını kapsayacak gastronomi rotası oluşturmak olan bu çalışmanın iki amacı bulunmaktadır. Çalışmada öncelikle Kapadokya bölgesi yerel mutfak kültürüne ait hangi ürünleri oluşturulacak gastronomi rotalarında yer alacağını belirlenmesi planlanmaktadır. Daha sonra ise belirlenen gastronomik ürünlerin üretim ve satışını yapan işletmeler belirlenerek gastronomi rotaları oluşturulması amaçlanmaktadır. Çalışmanın ana amacına ulaşmak için Kapadokya bölgesinde yer alan Aksaray iline ait 13, Kayseri iline ait 36, Niğde iline ait 26, Nevşehir iline ait 16 olmak üzere toplam 81 ürün Arjantin Cumhuriyeti Tarım Bakanlığı tarafından geliştirilen kriterlere göre analiz edilmiştir. Araştırmanın birinci bölümünde araştırmanın evrenini Kapadokya bölgesi mutfak kültürü konusunda uzmanlar oluştururken örneklemini ise yargısal örnekleme yöntemine göre seçilen 56 gastronomi uzmanı oluşturmaktadır. İkinci aşamada yine örnekleme gidilmiş ve yargısal örneklemeden kullanılmıştır. Dolayısıyla Kapadokya bölgesinde yer alan, menülerinde yerel yiyecek bulunduran ve çevrimiçi sosyal medya platformlarında yüksek değerlendirme puanına sahip olan yiyecek içecek işletmeleri örneğe dahil edilmiştir. Çalışmanın amacına ulaşmak için birinci aşamada nitel araştırma yöntemlerinden ikinci aşamada ise CBS faydalanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre Kapadokya bölgesi yerel mutfak ürünleri, muhteşem ürün, üstün ürün, uygun ürün ve sıradan ürün olmak üzere dört sınıfa ayrılmış ve muhteşem ürün ve üstün ürün sınıfına giren ürünlerin sunum ve satışının yapıldığı işletmeler tespit edilmiştir. Bu işletmelerin coğrafi koordinatları GPS cihazı ile alınarak ArcGIS Pro CBS aktarılarak bu noktalar birbirine bağlanmıştır. Çalışma kapsamında Kapadokya bölgesini ziyaret eden ziyaretçiler ve seyahat acentaları tarafından sık kullanılan güzergahlara bağlı kalınarak üç farklı gastronomi rotası oluşturulmuştur. Çalışmanın oluşturulacak gastronomi rotasında yer alacak ürünleri belirlemek ve bir gastronomi rotası oluşturma süreçleri bakımından özgün bir çalışma olduğu düşünülmektedir ve literatüre katkı sunacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Kapadokya bölgesi, yerel mutfak, gastronomi rotaları, coğrafi bilgi sistemleri



**ANALYSIS OF LOCAL GASTRONOMIC PRODUCTS THROUGH  
EVALUATION CRITERIA AND DEVELOPMENT OF CAPPADOCIA  
REGION GASTRONOMY ROUTES THROUGH GEOGRAPHICAL  
INFORMATION SYSTEMS**

**Durmuş Ali AYDEMİR**

**Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Institute of Social Sciences  
Gastronomy and Culinary Arts, Ph.D., July 2023  
Supervisor: Prof. Dr. Şule AYDIN**

**ABSTRACT**

This study, which is to create a gastronomy route that is frequently used by visitors to the Cappadocia region and will cover the rocky areas of Cappadocia, has two objectives. In the study, firstly, it is planned to determine which products belonging to the local cuisine culture of the Cappadocia region will be included in the gastronomy routes to be created, and then it is aimed to create gastronomy routes by determining the businesses that produce and sell the determined gastronomic products. In order to achieve the main objective of the study, a total of 81 products, including 13 products of Aksaray province, 36 products of Kayseri province, 26 products of Niğde province and 16 products of Nevşehir province in the Cappadocia region, were analyzed according to the criteria developed by the Ministry of Agriculture of the Republic of Argentina. In the first part of the research, the population of the research consists of experts in the culinary culture of the Cappadocia region, while the sample consists of 56 gastronomy experts selected according to the judgmental sampling method. In the second stage, sampling was used again and judgmental sampling was used. Therefore, food and beverage establishments located in the Cappadocia region, which include local food in their menus and have high evaluation scores on online social media platforms were included in the sample. In order to achieve the aim of the study, qualitative research methods were utilized in the first stage and GIS in the second stage. According to the results of the analysis, the local cuisine products of the Cappadocia region were categorized into four classes as magnificent product, superior product, suitable product and ordinary product, and the establishments where the products classified as magnificent product and superior product were presented and sold were identified. The geographical coordinates of these businesses were taken with a GPS device and these points were connected to each other by transferring ArcGIS Pro GIS. Within the scope of the study, three different gastronomy routes were created by adhering to the routes frequently used by visitors and travel agencies visiting the Cappadocia region. The study is considered to be a solution study in terms of determining the products to be included in the gastronomy route to be created and the processes of creating a gastronomy route and will contribute to the literature.

**Keywords:** Cappadocia region, local cuisine, gastronomy routes, geographic information systems

## İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK BEYANI.....	ii
TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK BEYANI.....	iii
KABUL VE ONAY SAYFASI .....	iv
TEŞEKKÜR.....	v
ÖZET .....	vi
ABSTRACT.....	vii
İÇİNDEKİLER .....	viii
KISALTMALAR VE SİMGELER.....	xi
TABLolar LİSTESİ.....	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ .....	xiii
HARİTALAR LİSTESİ .....	xiv
GİRİŞ .....	1

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### KAVRAMSAL ÇERÇEVE

#### YEREL MUTFAK KAVRAMI VE KAPADOKYA BÖLGESİ YEREL MUTFAK KÜLTÜRÜ

1.1.Yerel Mutfak Kavramı .....	4
1.2. Yerel Mutfak ve Gastronomi Turizmi İlişkisi.....	6
1.3. Kapadokya Bölgesi Mutfak Kültürü .....	8
1.3.1. Kayseri Mutfağı .....	11
1.3.2. Niğde Mutfağı .....	19
1.3.3 Aksaray Mutfağı.....	24
1.3.4. Nevşehir Mutfağı .....	27

## **İKİNCİ BÖLÜM**

### **GASTRONOMİ TURİZMİ VE GASTRONOMİ ROTALARI**

2.1. Gastronomi ve Gastronomi Turizmi Kavramı .....	30
2.2. Gastronomi Turizmi Ürünleri .....	32
2.3. Rota Kavramı ve Rota Çeşitleri .....	33
2.4. Kültür ve Gastronomi Rotaları Kavramı.....	35
2.5. Gastronomi Rotalarının Önemi .....	38
2.6. Rota Oluşturma Süreci .....	39
2.7. Gastronomi Rotası Paydaşları .....	43
2.8. Dünyada Gastronomi Rotası Örnekleri.....	46
2.8.1. İspanya Gastronomi Rotaları.....	47
2.8.2. İtalya Gastronomi Rotaları.....	49
2.8.3. Kuzey Amerika Gastronomi Rotaları.....	49
2.8.4. Güney Amerika Gastronomi Rotaları .....	50
2.8.5. Güney Afrika Gastronomi Rotaları.....	51
2.9. Türkiye’de Rota Örnekleri .....	51
2.9.1. Trakya Şarap Rotası .....	51
2.9.2. Kızılırmak Rotası .....	52
2.9.3. Anadolu Zeytin ve Zeytinyağlı Yemekler Rotası .....	52
2.9.4. Kars Peynir Rotası .....	52
2.10. Coğrafi Bilgi Sitemi Kavramı .....	53

## **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

### **YÖNTEM VE BULGULAR**

3.1. Araştırmanın Konusu, Amacı ve Önemi.....	58
3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Varsayımları .....	61
3.3. Araştırmanın Yöntemi.....	62
3.3.1. Araştırmanın Evreni .....	62
3.3.2. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı.....	65
3.3.3. Verilerin Analizi .....	68

3.4.4. Araştırmanın Güvenirlik ve Geçerlilik Analizi.....	69
3.5. Bulgular.....	70
3.5.1. Gastronomik Ürünlerin Analizi ile İlgili Bulgular.....	70
3.5.2. Gastronomik Ürünlerin Deneyimlenebileceği Noktalar ile İlgili Bulgular .....	79
<b>SONUÇ ve ÖNERİLER.....</b>	<b>89</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>96</b>



## KISALTMALAR VE SİMGELER

**ÇEKÜL:** Çevre ve Kültür Değerlerini Koruma ve Tanıtma Vakfı

**ICOMOS:** The International Council on Monuments and Sites (Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi)

**UNESCO:** The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü)

**CBS:** Coğrafi Bilgi Sitemleri



## TABLULAR LİSTESİ

<b>Tablo 1.1.</b> Kayseri İli Yemekleri.....	18
<b>Tablo 1.2.</b> Niğde İli Yemekleri .....	24
<b>Tablo 1.3.</b> Aksaray İline Ait Yemekler .....	26
<b>Tablo 1.4.</b> Nevşehir İli Yemekleri.....	28
<b>Tablo 3.1.</b> Toplam Puana Göre Ürün Kategori Tablosu .....	66
<b>Tablo 3.2.</b> Aksaray İli Gastronomik Ürünlerin Analizi.....	71
<b>Tablo 3.3.</b> Kayseri İli Gastronomik Ürünlerin Analizi .....	72
<b>Tablo 3.4.</b> Niğde İli Gastronomik Ürünlerin Analizi .....	74
<b>Tablo 3.5.</b> Nevşehir İli Gastronomik Ürünler Analizi.....	76

## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1. Gastronomik Rotanın Belirleyici Öğeleri.....	42
Şekil 3.1. Gastronomi Rotası Oluşturma Aşamaları.....	61



## HARİTALAR LİSTESİ

<b>Harita 3.1.</b> Kapadokya Bölgesi Tur Güzergâhları .....	64
<b>Harita 3.2.</b> Tüm Gastronomi Noktaları Gösterir Harita.....	80
<b>Harita 3.3.</b> Kırmızı Tur Gastronomi Rotası .....	82
<b>Harita 3.4.</b> Mavi Tur Gastronomi Rotası .....	85
<b>Harita 3.5.</b> Yeşil Tur Gastronomi Rotası .....	87





## GİRİŞ

Beslenme ihtiyacı insanoğlunu nerede olursa olsun giderilmesi gereken bir ihtiyaçtır. Ateşin bulunması ile birlikte başlayan besinleri pişirilerek tüketme alışkanlığı çanak ve çömleklerin keşfi ile birlikte Anadolu'dan Dünyanın farklı bölgelerine yayılmıştır. (Selimoğlu vd., 2018). Hayvanların kesilmesi ile medeniyet yolunda atılan ilk adım, tuz ve baharatların kullanılması ile devam etmiş, karmaşık karışımların denenmeye başlaması ile büyümüştür. Yemek pişirmedeki bu gelişim ile birlikte yemek pişirme şekli din, flora, fauna, tabular gibi sebeplerden dolayı her toplumda farklılık kazanmıştır. Her toplum mutfakta kendi temel özelliklerini geliştirerek yemek pişirme kimliklerini ortaya çıkarmıştır (Şavkay, 2000).

Bir toplumun kimliğini ve kültürel değerlerini yansıtan bir unsur olan yerel mutfak kavramı "*belirli bir bölge, kültür veya toplulukla ilişkilendirilen geleneksel ve ayırt edici mutfak uygulamaları, yemekleri ve gıda ürünleri*" olarak tanımlanabilir. Kültürel, sosyal ve ekonomik güçlerin karmaşık bir etkileşimi olan (Bianchi ve Mortimer, 2015) gıda tüketim alışkanlıkları son yıllarda değişerek *yerel, doğal, yöresel organik* gibi kelimelerin etrafında şekillenmeye başlamıştır (Özdemir, 2020). Sağlık, yerel kültürü deneyimleme, yerel ekonomiye katkı sunma (Arsil vd., 2014), çevresel kaygı, üretim süreçlerine güven (Autio vd., 2013) ve sürdürülebilirlik gibi sebepler bu değişime neden olmuştur. Yöresel yiyecekleri deneyimlemek için hevesli olan ziyaretçilerin, bu yiyecekleri geleneksel tarifler, doğru pişirme teknikleri ve hammadde ile hazırlayan-sunan işletmelerde bu deneyimi yaşamaları oldukça önemlidir. Kötü uygulamalar ile karşılaşan misafirlerin hayal kırıklıkları da büyük olacaktır.

Bir yörenin geleneksel gastronomisini öğrenmek isteyen ziyaretçilerin motivasyonundan doğan gastronomi turizmi, nispeten yeni ve karlı bir turizm türüdür.

Yemek meraklılarına ve gastronomi dünyasına odaklanan gastronomi turizmi, gastronomi rotaları, gastronomik ürün, gastronomik destinasyon gibi çok sayıda terim üretmiştir (Felgado Fernandez vd., 2011). İlk kez 1998 yılında Long tarafından “*yiyecek ve şarap aracılığı ile başka kültürleri deneyimlemek*” olarak ifade edilen (Kivela ve Crotts, 2006) gastronomi turizmi Wolf (2002) tarafından “hazırlanmış yiyecekleri ve içecekleri keyifle tüketmek ve benzersiz ve unutulmaz gastronomik deneyimler yaşamak için seyahat etmek” olarak ifade edilmiştir. Tanımdan da anlaşılacağı üzere gastronomi turizminin dağında yerel mutfak bulunmaktadır. İnsanlar yerel mutfak kültürünü tanımak, yerel lezzetleri deneyimlemek için seyahat edebilir veya başka sebeplerden dolayı seyahat ettikleri destinasyonlarda bu tür faaliyetlere katılabilir.

Gastronomi turizmi yerel gıda ve mutfağı teşvik ederken sürdürülebilir kalkınmaya da destek sunmaktadır (Woyesa ve Kumar,2022). Ayrıca turist ziyaretine zenginlik katarak yerel kültür ile etkileşim kurmalarını sağlar. Yerel mutfak kültürü destinasyon seçimi, destinasyon markalaşması ve destinasyon imajı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (Akbulut ve Yazıcıoğlu, 2020; Bezirgan ve Koç, 2014; ; Seo ve Yun, 2015 Yergaliyeva, 2011).

Bir destinasyonun yerel mutfak ürünlerini, mutfak geleneklerini ve benzersiz gastronomik deneyimleri sergilemek için tasarlanan gastronomi rotaları, gastronomi turizmi bağlamında önemlidir. Genellikle yerel gıda üreticileri, şaraphane ve bağları, yerel pazarları, restoranları ve müzeleri bağlayan bu rotalar gastronomi turizminin gelişimine katkıda bulunur. Başarısı turizm ve gıda sektöründe yer alan paydaşların iş birliği ile teklif ettiği yerel mutfak zenginliği ve çeşit fazlalığına bağlı olan gastronomi rotaları ziyaretçilere benzersiz deneyim sunarken destinasyona ise kültürel ve ekonomik faydalar sağlamaktadır. Kişi başı harcamanın artması, destinasyonun ekonomik büyümesine ve sürdürülebilirliğine katkı sunan ve yerel mutfak kültürünün korunmasını sağlamaktadır. Ayrıca oluşturan rotalar ziyaretçilerin bölgede kalış sürelerini uzatır ve kırsal alanlara turizm faaliyetinin yayılmasını sağlamaktadır. Gastronomi rotalarının en önemli faydalarından biri de ziyaretçiler için seyahat zamanını en aza indirerek az zamanda daha çok faaliyette bulunmalarını sağlar (Kervankıran ve Çuhadar, 2014). Türkiye'nin önemli destinasyonlarından biri olan

Kapadokya bölgesi her yıl 2.500.000 kişi tarafından ziyaret edilmektedir. Tarihi ve doğal güzellikleri görmek, dini yerleri ziyaret etmek (Ersun ve Arslan, 2009) sıcak hava balon turlarına katılmak (Özen ve Özdemir, 2019) amacı ile bölgeye gelen ziyaretçilerin yerel mutfak kültürünü deneyimleyebilmeleri oldukça önemlidir. Bu deneyimi ziyaretçilere yaşatmak, bir taraftan onların memnuniyet düzeyini artırarak bölge imajına olumlu katkı sağlarken diğer taraftan kişi başı harcamayı arttıracaktır. Ayrıca nesilden nesille aktarılarak devam eden yerel mutfak kültürünün yaşamasını ve gelişmesini sağlayacaktır.

Kapadokya bölgesinde yer alan ve sık tercih edilen mevcut tur güzergahlarını kullanarak gastronomi rotaları oluşturmak amacıyla yapılan bu tez çalışmasının ilk bölümünde yerel mutfak kavramı ve destinasyon ilişkisi, gastronomi turizmi ve Kapadokya Bölgesi mutfak kültürü hakkında bilgiler verilerek bölüm sonlandırılmıştır.

Araştırmanın ikinci bölümünde ise rota, gastronomi rotası ve CBS kavramları hakkında bilgi verilerek gastronomi rotalarının önemi, gastronomi rotası oluşturma süreci ve gastronomi rotası paydaşları literatür incelemesi ile tespit edilmeye çalışılmıştır. Dünyadan ve Türkiye'den gastronomi rotalarından örnekler verilerek bölüm tamamlanmıştır.

Tezin son ve üçüncü bölümünde ise; Kapadokya bölgesi mutfak kültürüne ait yiyecek ve içeceklerden hangilerinin oluşturulacak gastronomi rotalarında yer alacağını belirlemek için belirli kriterlere göre ürün puanlama tablolarına yer verilmiştir. Belirlenen kriterlere göre yeterli puanı alan ürünler tespit edildikten sonra bu ürünleri geleneksel tarifler, doğru hammadde ve doğru yöntemlerle üreterek ziyaretçilere sunan işletmelerin konumları saptanmıştır. Bu konumlar CBS kullanılarak Kapadokya bölgesinde en çok kullanılan turistik güzergâhlardan da faydalanarak gastronomi rotaları oluşturulmuştur. Çalışma sonuçları ve öneriler ile sonlandırılmıştır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### KAVRAMSAL ÇERÇEVE

#### YEREL MUTFAK KAVRAMI VE KAPADOKYA BÖLGESİ

#### YEREL MUTFAK KÜLTÜRÜ

Bu bölümde yerel mutfak kavramı ve yerel mutfak kültürünün oluşumuna etki eden unsurlara değinilerek Kapadokya Bölgesi mutfak kültürü hakkında detaylı bilgi verilecektir

##### 1.1.Yerel Mutfak Kavramı

Kültür kavramı, öğrenilmiş ve aktarılmış alışkanlıklar, teknikler, fikirler ve değerler olarak tanımlanmakta ve soyut ve somut anlamlar barındırmaktadır (Arslanoğlu, 2013). Toplumların kültürleri içerisinde var olan mutfak, insan ile birlikte var olan, tüm medeniyetlere dokunan, evlerde, gruplarda, topluluklarda ve toplumlarda yerel düzeyde doğmuş ve gelişmiştir. Mutfak kültürü ile gelişen yemek sadece yemek olarak tüketilmeyip, bölgenin veya toplumun sosyal ve kültürel normları ile birlikte tüketilmektedir (Sharma, Nagar ve Chaurasia, 2021).

Kültürün en uzun süre ayakta kalan parçalarından biri olan mutfak kültürü, bir topluma ait olan farklı kimliklerin birleştiği, milli duyguların en çok hissedildiği, gelenek ve göreneklerin, dini inançların yansımasıdır (Sormaz vd., 2016). Birçok mutfak kültürü yaygın olarak yer adları ile tanımlanmaktadır (Uğurlu, 2015). Sharma vd. (2021) `e göre “*bölgesel mutfak*” teriminden önce kullanılması gereken terim “*yerel mutfak*” terimidir. Çünkü bölgesel veya ulusal mutfak kültüründen önce ulusların varlığından çok önce ortaya çıkan mutfak kültürü yerel mutfaktır.

Yerel mutfak yerel bir bölgede üretilen ve o bölgeye özgü olan yemek ve içecekleri ifade eden mutfak olarak tanımlanabilir (Kim, Eves ve Scarles, 2009). Yerel mutfak

dünyadaki farklı kültürlerin; doğal ve tarımsal-iklimsel yaşam koşullarının, zihniyetin, inancın, ritüellerin ve diğer geleneklerin etkisi ile tarihi geleneklerle yemek pişirme tekniklerinin karakteristik özelliklerini yansıtmaktadır. Dolayısıyla bir başka tanımda yerel mutfak, yerel olarak tanımlanan yiyecek-içeceklerin bölgenin coğrafi, mevsimsel özellikleri, yeme-içme alışkanlıkları, tarihsel, kültürel birikimi, gelenek görenekleri ve mutfak kültürünü oluşturan çeşitli öğelerinin (pişirme teknikleri, mutfak araç-gereçleri, sofrada adabı vb.) şekillenmesiyle ortaya çıkan mutfak kültürü olarak ifade edilmektedir (Şengül ve Türkay, 2017). “Yerel” olarak kabul edilen yiyecek ve içeceklerin tanımı konusunda alanyazında bir fikir birliği bulunmamaktadır (Coderre vd., 2010). Bununla birlikte, yapılan araştırmalarda vurgulanan coğrafi sınırlar (Conner vd., 2009), üretim ve tüketim alanları arasındaki mesafe (Feldmann ve Hamm, 2015), pazarlama dağıtım kanalları (halk pazarları, çiftlik perakendecileri vb.) (Bavorova vd., 2016) yerel yiyeceklerin tanımlanmasında kritik öneme sahiptir ve genel hatlarını çizmektedir. Coğrafya değiştikçe yerel mutfak da değişmektedir. Kimi zaman sadece bir kilometre ötede bulunan bir köy yerleşiminin mutfak kültürüyle farklılaşan mutfaklar bulunabilmektedir.

Yerel mutfak kültürü bir bölgenin kimliğinin, tarihinin ve mirasının önemli bir yönüdür ve turizmde, ekonomik kalkınmada ve sosyal uyumda önemli rolü bulunmaktadır. Yerel mutfak, bir destinasyonun kültür ve mirasının en belirgin ve tanımlayıcı işaretlerinden birini oluşturur. Toplulukların yemek alışkanlıkları, kültürel ve mutfak mirasının ayrılmaz bir parçası olan doğal çevre ve gelenekler tarafından oluşturulur. Yerel mutfaklar, bir destinasyonun kültürünü ve yaşam tarzını yansıtmakta ve bir destinasyonun kültürel uygulamalarının temel bir unsurudur (Minihan, 2014; Richards, 2015). Yerel mutfak farklı milletlerin ve yerel toplulukların kültürüne özgü yemeklerin pişirilmesi ve servis edilmesi gelenekleri temeline dayanır (Borges vd., 2022). Yemek kültürü, gıdanın nasıl elde edildiği ve saklandığı, nasıl hazırlandığı, nasıl servis edildiği ve kime sunulduğu, nasıl tüketildiği ve insanların özel günleri özel yiyeceklerle nasıl kutladıkları dahil olmak üzere insanların gıdayı kullanma şekillerini içermektedir (Samuel ve Makhani, 2016). Ayrıca, kaynaklar (iklim, arazi, toprak, su ve yakıt); inanç ve bilgi (din, eğitim ve okuryazarlık, iletişim); etnik köken (yerli ya da göçmen); teknoloji (avcılık, toplayıcılık, tarım, bahçecilik, su ürünleri, balıkçılık,

gıda işleme ve depolama, taşıma, pişirme); birçok faktör tarafından şekillendirilir (Wahlqvist ve Lee, 2007).

Bir topluluğun doğası ile tarihi, kültürel normları, değerleri ve ilişkileri ile yakından bağlantılıdır. Kullanılan gıda ve malzemeleri hazırlama ve muhafaza etme yöntemleri, bir topluluğun doğal kaynaklarına, iklimine ve yaşam tarzına özgüdür. Yerel mutfak, bir toplumun yaşam tarzının göstergesi olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle mutfakların benzersizliği, kültürel ve doğal mirasın bir işlevidir. Gastronomi turizminin pazarlanmasında kültürel kimliğin ve kültürel mirasın tanıtımı esastır ve yerel mutfak unsurları her bölgenin kültürel kimliğinin en önemli parçalarından biridir (Jerez, 2023).

Yerel kültürün önemli bir bileşeni ve kültürel kimliğin güçlü bir göstergesi olarak mutfak, kültür turizminin bir parçasıdır ve yerel kültürü öğrenmede aracı bir rol oynamaktadır (Hillel vd., 2013). Yerel gastronomi hakkında bilgi edinmek, bir turistik destinasyonun kültürünü anlamının ve takdir etmenin önemli bir parçasıdır (Antón vd., 2019).

## **1.2. Yerel Mutfak ve Gastronomi Turizmi İlişkisi**

Gastronomi, doğal ve kültürel kaynaklara sahip olmayan destinasyonlar için önemli bir turizm ürünüdür. Yerel mutfak, turistlerin destinasyon seçimindeki önemli hususlardan biridir ve hem yiyecek-içecek hem de turizm şeklinde yeni ve orijinal deneyimler yaşamak üzere seyahatlerde önemli bir motivasyon kaynağını oluşturmaktadır (Hjalager ve Richards, 2002). Bu nedenle gastronomi turizmi, turistik destinasyonları pazarlamanın ve markalaştırmanın ve turizm gelişimi için destinasyonun yerel mutfağından yararlanmanın bir yöntemidir (Ellis vd., 2018). UNWTO (2019), gastronomi turizmini, turistlerin yemek ile ilgili faaliyetleri veya ürünleri içeren deneyim türü olarak tanımlamaktadır. Bu turizm türü, yemek kursları, şarap imalathaneleri, restoranlar, yemek festivalleri ve yiyecek üreticileri gibi otantik, geleneksel veya yenilikçi gastronomi faaliyetlerini içermektedir. Gastronomi Turizmi, uluslararası alanda ilgi gören alternatif bir turizm türü olarak kabul edilmektedir. Dünyanın dört bir yanındaki destinasyonlar, turistleri destinasyonlarını ziyaret etmeye teşvik etmek için yerel mutfağı bir araç olarak kullanmaktadır çünkü yerel mutfak

yüzlerce yıldır nesilden nesile aktarıldığı düşünüldüğünde benzersizdir. Yöresel mutfak, ilk kez gelen ziyaretçilerde ilk izlenimi bırakarak gelecekte tekrar ziyaret etme isteği uyandırabilmektedir. Turistler, yerel mutfak aracılığıyla kültürel birikimlerini artırmaya yönelik orijinal ve otantik olan çeşitli kültürel deneyimler yaşamaktadır (Chang, Kivela ve Mak , 2010 ). Geleneksel gastronomiden yararlanmak ve geleneksel gastronomiyi sergilemek bir destinasyonu ziyaret eden ziyaretçilerin, memnuniyetini en üst düzeye çıkarmak olumlu sonuçlar doğuracak ve geleneksel yemek kültürünün yaşamasını sağlayacaktır. Ayrıca o destinasyonu ziyaret eden ziyaretçilerin destinasyon sadakatini geliştirecektir (Huete-Alcocer ve Hernandez-Rojas, 2022).

Eşsiz kültür turizmi deneyimleri arayan gastronomi turistleri, yerel mutfağı otantik turizm deneyiminin önemli bir parçası olarak gören otantiklik arayan turistler olarak kabul edilebilir (Özdemir ve Seyitoğlu, 2017). Genel turistler ile gastronomi turistleri arasında belirgin bir fark vardır. Bu fark, özellikle yiyecek-içeceklerle ilgili faaliyetlere dayalı veya bunları yansıtan bir destinasyonu seçme niyetinin düzeyine bağlıdır (Hjalager ve Richards, 2002). Genel turistler yiyecekleri fizyolojik ihtiyaçlarını karşılamak için tüketmekte ve bazı turistler yerel mutfağı denemekle ilgilenebilirken, yiyecek-içeceklerle ilgili faaliyetlerde bulunmak onların birinci önceliği değildir. Bununla birlikte, gastronomi turistleri, yiyeceklerle ilgili faaliyetlerden oldukça motive olurlar (Hall ve Sharples, 2003). Destinasyona özgü yerel mutfağı deneyimlemekle ilgilenen turistlerin, yiyecek, mekân ve toplumu birbirine bağladığından ve dolayısıyla otantik bir deneyim sunduğundan o mutfağın destinasyonunu ziyaret etme olasılığı daha yüksektir (Prayag, Gannon vd., 2020).

Yerel mutfak arayışında olan turistin bu arayışını cevaplamak için orijinal tadı, dokuyu ve görünümü temsil eden bir koleksiyon hazırlamak gastronomi turizmi destinasyonları için esastır. Gastronomi turizmi ile ön plana çıkmış veya yerel yemekleri sunan, hazırlayan ve pazarlayan, gastronomi müzeleri, restoranların turistlere eşsiz bir deneyim sunmaları için yiyeceğin özgünlüğü kadar kültürel atmosfere de dikkat etmeleri gerekmektedir. (Kim, Park, Fu ve Jiang, 2021).

Oldukça rekabetçi bir ortam olan turizm pazarında, destinasyonların kendilerini rakiplerinden farklılaştırabilmeleri için özgün bir kimlik oluşturmaları gerekmektedir

(Romão, Seal vd., 2022) .Destinasyon ürün portföyleri, çeşitli somut ve soyut mal ve hizmetleri içermektedir. Mutfak, turizm deneyiminin kalitesinin en önemli belirleyicilerinden biri olarak kabul edilir (Horng ve Tsai, 2010; Okumuş, Okumuş vd., 2007). Gastronomi turizmine artan ilgiyle birlikte, daha fazla destinasyon yönetim örgütleri, destinasyonu tanıtmak ve rekabet edebilmek için destinasyonun kültürünü temsil etmede yerel mutfağı kullanmaktadır. Bu, yiyecek (ve içeceklerin) büyüyen bir turizm nişi olduğunu ve yerel yönetimlerin bu eğilimin farkında olduğunu dolayısıyla turizm tanıtım kampanyalarında önemli hale geldiğini göstermektedir. Yerel mutfağı mevcut turizm paketlerine, destinasyon yönetim örgütlerine veya ilgili turizm politikalarına dahil etmek, bir destinasyonun imajını iyileştirebilir, turistlerin seyahat deneyimlerini çeşitlendirebilir ve turist harcamasını teşvik edebilir. Ayrıca, yerel mutfağın destinasyon turizm politikalarına dahil edilmesi, ekonomik kalkınmalarını destekleyerek ve toplumun sosyal refahını artırarak destinasyonlara faydalar sunmaktadır. Başarıyı sağlamak için, destinasyon yönetim örgütleri ve ilgili makamların, özellikle destinasyon kimliği oluşturmada, yerel mutfakları hakkında net bir anlayışa sahip olmaları gerekmektedir.

### **1.3. Kapadokya Bölgesi Mutfak Kültürü**

İki kıtanın ortasında yer alan, binlerce yıllık tarihi geçmişi barındıran Anadolu’da birçok medeniyet kurulmuş ve yıkılmıştır (Adıbelli, 2002). Bu sayede Anadolu’ da tarihin farklı dönemlerinde yaşamış olan bu medeniyetler birbirinden farklı köklü kültürler ile kaynaşarak benzersiz bir çeşitlilik ve zenginlik ortaya koymuştur (Yiğit ve Türel, 2006 ). Kapadokya bölgesi de Anadolu toprakları üzerinde belirli bir alanda yer alan, benzersiz jeolojik yapısıyla, tarihi alanları ve kültürel değerleriyle oldukça önemli bir bölgedir (Doğan, 2018).

Kapadokya kelimesinin kökenine yönelik birçok görüş bulunmaktadır. Bu görüşlerden ilki M.Ö. VI. asırda Hamadan ve Kermanşah arasındaki yolda bulunan dağın kayaları üzerine yazılan kabartmaları anlatan kitabede “Güzel Atlar Ülkesi” anlamına gelen ve Persçe kökenli bir kelime olan “Katpatuka” olduğu yönündedir. Yine Kızılırmak’ın kollarından biri olan Delice Irmağı’nın eski adı olan “Kapadoks”, Huriler döneminde Hepat halkına verilen isim olan “Khepatukh”, Hititler döneminde memleket anlamında



gelen ve Ermenice millet anlamına gelen “Katpatuk” kelimeleri Kapadokya isminin kökenine ilişkin görüşler arasında yer almaktadır (Adıbelli, 2002; Terzioğlu, 2018)

Tarih boyunca Kapadokya bölgesinde birçok devlet hakimiyet kurmuştur. M.Ö. 2000’de Hititlerin, M.Ö 7. yy’de Pers İmparatorluğunun (İran), M.Ö 333 yılında Makedonya İmparatoru Büyük İskender’in hakimiyetine, Makedonya İmparatorluğunun dağılmasıyla bölge Kapadokya Krallığının ardından M.Ö 1. yy’e gelindiğinde ise bölge Roma imparatorluğu hakimiyetine girmiştir. Bu dönemde bölge sınırlarının günümüzdeki haliyle kuzeyde Doğu Karadeniz kıyıları, güneyde Toros Dağları, doğuda Malatya ve batıda Aksaray’a kadar olduğu belirtilmiştir (Başgelen, 1991; Doğan, 2018; Temizsoy, 2008).

M.S. 395 yılında Roma İmparatorluğu’nun ikiye ayrılmasıyla bölge İran Sasanileri ve Arapların akınlarına maruz kalmıştır. 1071 yılında Malazgirt de Bizansları yenen Türkler Anadolu’ya akın etmişlerdir. Böylece Kapadokya bölgesinde Türkleşmeye başlamışlardır. 1243 yılında Moğollar ve Selçuklular arasında yaşanan Köseadağ Savaşı’nda Selçukluların yenilmesiyle bölgede Moğol hâkimiyetine daha sonra da Osmanlı Devleti’nin hakimiyetine girmiştir (Doğan, 2018; Güney, 1993; Karakaya, 2007).

Kapadokya bölgesinin jeolojik yapısını, 10 milyon yıl önce aktif olan yanardağlardan çıkan lavların plato, göl, akarsu üzerini kaplamasıyla oluşan çeşitli sertlikteki kül ve tuf tabakası oluşturmaktadır. Bu tabakanın başta bölgede yer alan Kızılırmak olmak üzere, sel suları ve rüzgarların etkisiyle aşınarak “peribacası” adı verilen oluşumlar ortaya çıkmıştır. Günümüzde de Kapadokya bölgesi peribacalarıyla insanların ilgisini çekmeye devam etmektedir (Adıbelli, 2002; www.nevsehir.gov.tr, 2021).

Günümüzde Kapadokya’nın Kayalık Alanları, Nevşehir, Ürgüp ve Göreme, Karain, Karlık, Yeşilöz, Soğanlı ve Kaymaklı ve Derinkuyu yer altı şehirlerini kapsamaktadır. Güneyde Hasan Dağı, Doğuda Erciyes Dağı sönmüş volkan dağları ile sıralanan bölge, kayalara oyulmuş hücreler, kiliseler ve yer altı şehirleri ile Dünyanın en büyük ve en çarpıcı yer altı komplekslerinden biri haline getirmiştir (Unesco, 2023). Kapadokya bölgesinin sahip olduğu hem coğrafi yapı hem de tarihin ilk dönemlerinden itibaren

birçok medeniyete ev sahipliği yapması sonucunda tarihi ve kültürel birçok değere sahip olması bölgeyi önemli bir turizm destinasyonu haline getirdiği söylenebilir. Bu nedenle Kapadokya Bölgesi kültürel ve tarihi değerleri, coğrafi yapısıyla merak uyandırmakta ve turistler tarafından bölgenin tercih edilmesini sağlamaktadır (Babacan Çengel, 2013). İstatistiklere göre Kapadokya bölgesi yılda yaklaşık 3 milyon ziyaretçiye ev sahipliği yapmaktadır.

Tarih boyunca farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmış Kapadokya bölgesi mutfak kültürü anlamında zengin olduğunu söylemek mümkündür. Tam olarak bilinmese de bölge tarihi kadar eski olduğu düşünülen üzüm yetiştiriciliği (Belber ve Karataş, 2023), yumuşak kayalıklar ve tüflü topraklar sebebiye yaygındır (Özgül Katlav, Yönet Eren vd., 2019) Bölgede yetiştirilen üzüm türlerinin başında beyaz şaraplık bir üzüm türü olan Emir üzümü, pekmezlik ve kurutmalık olarak tüketilen Dimrit üzümü, sofralık üzüm çeşitleri olan Parmak ve Çavuş üzümü en önemlileridir. (Uysal ve Yaşasın, 2017). Bölgede üzümün bu kadar eski ve geniş alanlarda üretilmesi mutfak kültürüne de yansımıştır. Bölgede üzümünden elde edilen kuru üzüm, köftür, sarmalık salamura ve taze yaprak, pekmez ve pekmezden yapılan tatlılar oldukça yaygın olarak mutfaklarda kullanılmaktadır. Tarımsal ürün çeşidinin çok olmadığı bölgede patates, mercimek, fasulye ve nohut, lahana, kabak ve buğday ürünleri mutfağı şekillendiren diğer ürünlerdir (Yönet Eren ve Demirel, 2017).

Kapadokya mutfağında ağırlıklı olarak tahıllardan yapılan yemeklerin ve çeşitli hamur işlerinin yaygın olduğu görülmektedir. Ayrıca bulgur, koyun eti, yoğurt, patates ve sebzeler (patlıcan, taze fasulye) de bölge mutfağında önemli bir yer tutmaktadır (Yüncü, 2016). Bozkırların geniş yer kapladığı bölgede koyun ve keçi gibi küçükbaş hayvancılık yaygındır. Yarı kurak bir iklime sahip olması nedeniyle de buğday, arpa gibi tahıllar ile fasulye, nohut gibi baklagiller yetiştirilmektedir (Doğan, 2018; İTO, 2016).

Yaklaşık 2500 yıllık bir pişirme usulü olan tandır geleneğinin devam ettiği bölgede (Cihangir, Gökçe ve Sunar, 2017) ekecik (toprak güveç kapı) içerisinde yavaş pişirme (düşük ısı-uzun süre) geleneği en yaygın pişirme yöntemlerinin başında gelmektedir (Yönet Eren, ve Demirel, 2017). Tandır çorbası, tandırda yaprak sarma, testi kebabı,

pastırmalı veya kuru etli fasulye, tandırda nohut yemeği, tandır ekmeği en çok tüketilen yemeklerin başında gelmektedir. Kış mevsiminde tüketmek için yaz aylarında yoğun bir hazırlık yapılmaktadır. Kak veya bak denilen elma, erik, kayısı gibi kuru meyveler, yufka ekmeği ve kesme erişte (mantı), bulgur, sucuk pastırma, kuru et, turşular, kuru üzüm, pekmez, köftür (üzüm pestili), kedi bacağı, salça ve acılı sos yaz ve sonbahar aylarında kış mevsimi için yapılan hazırlıklardır (Güldemir ve Işık, 2011; Yolcu, 2018).

Kapadokya bölgesinde yer alan Aksaray, Kayseri, Niğde ve Nevşehir illeri temel mutfak kültürü bakımından benzerlik gösterse de bazı farklılıklar olmasından dolayı her il mutfak kültürü hakkında ayrı ayrı bilgi verilecektir.

### **1.3.1. Kayseri Mutfağı**

Günümüz Kapadokya bölgesi içerisinde yer alan Kayseri ili İç Anadolu Bölgesi'nin Orta Kızılırmak bölümünde yer almaktadır (Pekin, 2014). Türkiye'nin kültür, sanat, bilim ve turizm merkezlerinden biri olarak değerlendirilen Kayseri, tarihin en eski dönemlerinden bu yana pek çok uygarlığa ev sahipliği yaparak her dönemde önemini korumuştur (Akkor, 2019; 21). Şehrin en eski adı Roma devrine kadar "Mazaka" olarak bilinmektedir. Roma devrinde şehre imparator şehri anlamına gelen "Kaisareia" adı verilmiştir. Bu isim Araplarca "Kaysariya" şeklinde kullanılmıştır. Türklerin Anadolu'yu fethetmesinden sonra ise şehre "Kayseriye" adını vermişler ve bu isim Cumhuriyet döneminde "Kayseri" olarak günümüzdeki halini almıştır (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021).

Kayseri'nin tarihi ipek yolu üzerinde yer alması ve dünyanın ilk ticaret merkezi konumunda olan Kaneş/Kültepe'nin (Kaniş-Karum) bulunması şehrin hem stratejik hem de tarihi açıdan önemini artırmaktadır. Bununla birlikte çok kültürlü sosyal bir yapıya sahip olan Kayseri'de geçmişten günümüze sırasıyla "Hatti, Hitit, Asur, Kimmer, Med, Pers, Makedon, Kapadokya, Ermeni, Roma, Sasani, Arap, Bizans, Anadolu Selçuklu, Moğol, İlhanlı, Eretna, Karaman, Dulkadir ve Osmanlı" medeniyetlerine ev sahipliği yapmıştır. Farklı dönemlerde bölgede bulunmuş olan bu medeniyetler kültürel, sanatsal, sosyal, iktisadi gibi birçok değer açısından şehrin gelişmesini sağlamış ve çekiciliğini artırmıştır (kayseri.ktb.gov.tr, 2021; Akkor,

2019). Şehrin bu kültürel ve tarihi zenginliği mutfak kültürüne de yansımıştır. Kayseri mutfağı birçok çeşitte ve lezzette ki yemekleriyle birlikte pastırması, mantısı ve sucuğu ile adını dünyaya duyurmuştur (Soylu, 2018).

Türk yazarlarından ve seyyahlarından Evliya Çelebi dünyaca ünlü seyahatnamesinde Kayseri için Kapadokya bölgesinin en önemli şehri olarak bahsetmektedir. Evliya Çelebi seyahatnamesinde Kayseri'nin tarihi mekanlarından, ticaret hayatından, yöresel ürünlerinden, şehrin havasından, Erciyes dağından ve şehrin önemli şahsiyetlerinden bahsetmektedir. Bunun yanı sıra şehrin mutfak kültürü ile ilgili de şu bilgiler yer almaktadır; 77 tane hububat çeşidi, yeşillikler, 77 türlü sebzevat ve ot ile arpa ve buğdaydan bahsetmiştir. Özellikle lavaş, katmer çöreği, beyaz ekmek, yufka, katmerli baharatlı börek gibi yöresel yiyeceklerin isimleri ile “lahm-ı kadid” yani “kurutulmuş et” anlamına gelen pastırma ve et sucuğunda da bahsedilmektedir. Özellikle bu pastırma ve sucuk için yeryüzünde bir benzeri olmadığı ve padişahlara hediye olarak gönderildiği belirtilmektedir (Cabuk, 2012; Akkor, 2019).

Anadolu'nun tam ortasında yer alan Kayseri tarih boyunca hayvancılığa ve tarıma elverişli bir coğrafya ve iklime sahip olmuştur. Bu nedenle Kayseri mutfağını belirleyen unsurların başında tahıl tarımı, bağcılık, sebze ve meyvecilik ile bozkırların geniş yer kaplaması nedeniyle küçük ve büyükbaş hayvan yetiştiriciliği gelmektedir. Bu nedenle Kayseri mutfağında pastırma, un, salça, fasulye, patlıcan, elma ve armut kurusu, gilaburu, asma yaprağı, erik kurusu, üzüm kurusu, pekmez, dut kurusu, taze üzüm gibi malzemelerin ön planda olduğu görülmektedir (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021).

Kayseri'deki ilk yerleşim Anadolu'nun yerli halkı olan Hatti'ler tarafından M.Ö. 3000-4000'lerde Kültepe'de kurulmuştur. Burada yapılan arkeolojik kazılarda ortaya çıkan çivi yazılı tabletlere göre bu dönemde halkın, tarım ve hayvancılıkla geçimini sağladığı ve çoğunlukla tahıl tarımı yaptığı yönündedir. Bunun yanı sıra bağ ve bahçelerde sebze ve meyve de yetiştirilmekteydi. Yetiştirilen bu ürünlerin yerli halk tarafından Anadolu'nun ilk ticaret merkezi olan Kültepe Kaneş Karum'unda satarak ticaretini yaptığını da ortaya koymaktadır. Bu nedenle Anadolu'nun ilk ve en eski gıda ticaret merkezinin Kayseri Kültepe de bulunan Kaneş Karumu olduğu söylenebilir

(Akkor, 2019). Hititler de hayvancılığın gelişmiş olmasından dolayı hayvansal gıdaların çokça tüketildiği yazılı tabletlerdeki anlatımlarından anlaşılmaktadır. Bu tabletlerde Hititlerin koyun, yaban keçisi, ördek, yaban koyunu, sığır, domuz ve tavşan gibi hayvanların hem etlerinden hem de sütlerinden faydalandıkları bilgisine ulaşılmaktadır (Koç, 2006; Şensoy, 2012). Bu metinlerde etlerin kızartılarak ya da ızgara yapılarak pişirildiğinden, etlerin lezzetini artırmak için zeytinyağı ve bal ile hazırlanan özel sostan, etleri yumuşatmak için üzümde elde ettikleri sostan da bahsedilmektedir. Ayrıca çivi yazılı tabletlerden büyük ve küçükbaş hayvanların en makbul yerlerinin kalp, kelle, ciğer, kaburga, ayak (paça), kasık ve kulak olduğu, fırın veya güveç de yapılan etin nar taneleriyle lezzetlendirildiği anlaşılmaktadır (Akkor, 2019). Günümüz Kayseri mutfağına bakıldığında ise etli, tahıllı ve hamur işlerinden yapılan yemeklerin varlığı Hitit mutfak kültürünün bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Hitit kültürü tüm yönleriyle Anadolu'da yaşamaya devam etmektedir.

Kayseri ve çevresinin 11. yüzyılda Türklerin egemenliğine girmesiyle birlikte Kayseri mutfağında Selçuklu, Osmanlı ve Türkiye Cumhuriyeti ile devam edecek olan Türk mutfak kültürü hakimiyeti başlamıştır. Türkler Selçuklular zamanında en çok koyun etini tüketmişlerdir. Selçuklular da buğdayın kırılmasıyla elde edilen “yarmaş” günümüz Kayseri mutfağında “yarma” şeklinde ifade edilmekte ve birçok yemekte kullanılmaktadır. Türkler Selçuklular döneminde de çok çeşitli ekmekler yapmaktaydılar. Yapılan bu ekmeklerin başında yufka gelmektedir. Günümüzde yufka halen Kayseri mutfağında oldukça önemli yiyeceklerden biridir. Türkler eti taze olarak tüketmekle birlikte güneşte kurularak ve pastırma yaparak da saklamaktaydılar. Birkaç baharat ile kurutularak pastırma yaptıkları ete “yazok et” denilmekteydi. Pastırma, Orta Asya'da yaşayan Hunlar ve Oğuzların, uzun süren savaş yolculuklarına çıkarken yanlarına aldıkları deri parçasına sarılan tuzlanmış etin yol boyunca atların eyer yerinde sıkışarak ezilmesiyle pastırma haline geldiği ifade edilmektedir. Aslında ilk söylenişi itibariyle “bastırma” olan pastırma Selçuklular döneminde Anadolu'ya geldiği bilinmektedir. (Akkor, 2019).

Eski Türkler de karaciğer ile etin, baharat karıştırılarak bağırsağına doldurulmasıyla elde ettikleri bir çeşit sucuğa “*soktu*” adını vermişlerdir. Günümüzde ise sucuk

yapımında çiğ et, tuz, sarımsak ve baharatlar karıştırılarak yapılmaktadır. Kullanılan et de pastırma yapımında kullanılmayan ufak et parçalarıdır. Sucuk yapımı için en uygun zaman ise Ekim ve Kasım aylarıdır (Arlı, 1982). Hem yapımı hem de Kayseri mutfağındaki yeri itibariyle Orta Asya'dan günümüze kadar gelen sucuk ve pastırma Kayseri mutfağıyla özdeşleşmiş ürünler arasında yer almaktadır (Akkor, 2019; Kök, 2003).

Zaman içerisinde Kayseri'ye yerleşen Avşar, Uygur, Çerkes ve Ahıska Türklerinin de sahip olduğu kültürel öğeler Kayseri mutfağının zenginleşmesini ve gelişmesini sağlamıştır. *Çerkesler* Osmanlı döneminde Anadolu'ya gelmişler ve günümüzde Kayseri'nin Pınarbaşı ilçesine bağlı Uzunyayla ve çevresinde yaşamaktadırlar. Çerkes mantısı (haluj, psihali veya gurize), etli Çerkes mantısı, hengel, şips-paste, halive, etli börek, kırnış, gubate, velibah, niş ve maramisa gibi yemekler Çerkesler den Kayseri mutfağına girmiştir. *Avşarlar* Kayseri'nin Sarız, Tomarza, Pınarbaşı ilçeleri ve bağlı köylerinde yaşamışlar ve Mercimekli pilav, çiriş aşı, çiriş çorbası gibi yemekler Avşar kökenlidir. *Uygur Türkleri*, Çin'in Doğu Türkistan topraklarını işgal etmesiyle göçe zorlanmışlar ve Kayseri'ye yerleşmişlerdir. Kayseri mutfağına yer alan Çöçüre, etli havuçlu pilav, etli mantı kavurması, buharda et mantısı gibi yemekler Uygur Türklerinin izlerini yansıtmaktadır. *Ahıska Türkleri*, Osmanlı-Rus harbi sırasında Ardahan ile Kars'ın Rusların eline geçmesiyle Kayseri'ye göç ederek yerleşmişlerdir. Ahıska Türklerinin sahip olduğu yemek kültürü Kayseri mutfağında da hissedilmektedir. Örneğin patatesli ve etli yahni, sarıgıburma, Feselli yahni (Kars yahnisi), mafış, kete, hingel, pağaç, bişi, külleme gibi yemekler ile Kayseri mutfağını zenginleştirdikleri söylenebilir (Akkor, 2019).

Yöresel mutfaklar o yörenin kültürünü yansıtan unsurların başında gelmektedir. Özellikle son dönemlerde turizm ve yöresel mutfak kültürü arasındaki ilişkinin ön plana çıkmasıyla turizm faaliyetlerinin yeni bir boyut kazandığı görülmektedir. Turistler ziyaret ettikleri bölgenin yöresel lezzetlerini tatmak istemekle birlikte sadece yöresel lezzetleri tatmak amacıyla da turizm faaliyetlerine katılmaktadırlar. Kayseri de sahip olduğu zengin mutfak kültürü sayesinde gastronomi turizmi açısından oldukça yüksek bir potansiyeli barındırdığı söylenebilir. Kayseri mutfağına özgü yiyecekler aşağıda açıklanmıştır.

*Pastırma* Kayseri ile özleşen Pastırma, sığır etinin çeşitli işlemlerden geçirilmesinin ardından çemen ile kaplanmasıyla hazırlanmaktadır. Çoğunlukla şehrin Atpazarı semtinde yapılmaktadır. Kaliteli bir pastırma için iki önemli unsur vardır. Bunlardan birincisi sadece Kayseri'ye özgü yazın esen rüzgâr da pastırmanın kurutulmasıdır. Çünkü bu rüzgâr toz barındırmayan temiz, berrak bir rüzgardır. İkincisi ise etin kıvamında olmasını sağlayan Kayseri'nin yeraltı derinliklerinden çıkarılan acı sudur. Acı su belli bir miktarda nitrat içerdiğinden dolayı bu su ile tuzlama aşamasından sonra yıkanan pastırmalar kendine has kırmızı rengini doğal bir şekilde almaktadır (Kayseri Ticaret Odası, 2012;Koca, 2012).

Pastırma yapımında ilk öce usulüne uygun bir şekilde kesilen hayvanın 4-8 saat arasında dinlendirildikten sonra et parçaları pastırma yapımı için kısımlara ayrılarak (döş, but, kol, baş vb.) tekrar dinlendirilmeye bırakılır. Daha sonra pastırmalık olarak ayrılan et parçalarından kalın olanlara bıçakla delikler açılır. Böylece tuz iyice ete geçmiş olur. Tuzlanan et parçaları üst üste alınarak bir gün beklemeye bırakılır. Ertesi gün et parçaları alt üst edilir ve tekrar tuzlanarak bir gün daha bekletilir. Diğer gün bol suyla yıkanarak et parçalarındaki fazla tuzdan arındırılır ve iki gün suda bekletilir. Ardından kuruması için etler birbirine değmeyecek şekilde asılır. Kuruyan etler daha sonra üst üste yerleştirilerek üzerine çeki taşı konarak dengeye alınır ve bir gün bekletilir. Bu işlemin ardından tekrar asılarak iki gün boyunca açık havada havalandırılır. İkinci günün sonunda tekrar denge işlemi yapılır ve bu sefer 5-6 saat bekletilir. Bu işlemden sonra etler tekrar kurutmaya alınır. Daha sonra etlerin sağlıklı bir şekilde saklanabilmesi için çemenleme işlemi yapılır. Kırmızı biber, çemen otu (buy otu), sarımsak ve su ile yapılan harç etlerin üzerine 5mm'yi geçmeyecek şekilde kaplanır. Ardından son kurutma işlemi için pastırmalar 1-2 gün boyunca açık havada bekletilir (Akkor, 2012; Kayseri Ticaret Odası, 2012; Kök, 2003).

*Mantı*, yapımında genel olarak un, yumurta, tuz ve suyun belirli miktarlarda karıştırılarak yoğurulmasıyla elde edilen hamurun küçük kareler şeklinde kesilerek içerisine kıyma konulduktan sonra hamurun dört uçunun bohça şeklinde bükülmesiyle elde edilen unlu bir mamuldür. Mantı denildiğinde ilk akla gelen şehrin Kayseri olması mantının Kayseri mutfağındaki önemini ve ününü ortaya koymaktadır. Ayrıca eskiden Kayseri'de aileler kız beğenirken kızın maharetini bir kaşığa ne kadar çok mantı

sığdırabildiğine dikkat etmeleri matının Kayseri mutfağında ve geleneklerinde ne kadar önemli bir unsur olduğunu göstermektedir. Manti için un, su, tuz ve yumurta yoğurularak hazırlanan hamur dinlendirilir. Dinlenen hamur bir oklava yardımıyla belirli incelikte (1-1.2 mm) açılır ve 10-12 mm boyutlarında kare olacak şekilde kesilir. İçerisine sinirleri alınmış kıyma, rendelenmiş soğan, çeşitli baharatlar, tuz ve reyhan eklenerek bir iç hazırlanır. Hazırlanan bu iç küçük nohut tanesi büyüklüğünde olacak şekilde hamurlara konarak her iki elin baş ve işaret parmakları arasında uçları birleştirilerek kapatılır. Hazırlanan mantılar kaynar suya konularak yaklaşık 15 dakika pişirilir. Pişen matılar soğuk sudan geçirilerek süzülür. Bir kâseye alınan mantıların üzerine yoğurt ilave edildikten sonra tereyağı (eskiden kuyruk yağı kullanıldığı bilinmektedir), salça ve kırmızıbiberle hazırlanan sos gezdirilerek servis edilir. Kayseri’de yapılan diğer mantı çeşitleri ise prova mantısı (peynirli mantı), tepsi mantısı ve yağ mantısıdır. Ayrıca yemek dışında mantıdan mantı çorbası da yapılmaktadır (Akkor, 2012; Baysal vd., 2005; Kayseri Ticaret Odası, 2012).

*Develi Cıvıklısı* Kayseri mutfağında ön plana çıkan yöresel yemeklerinde biride develi cıvıklısıdır. Develi cıvıklısı yapımında yöredeki Erciyes Dağının eteklerinde beslenerek yetişen koyunların etinden yapılmaktadır. Bu et orta yağlı ve yöreye özgü otlardan geçen bir aromaya sahiptir. Bu nedenle cıvıklı yapımında doğal ortamda yetişmiş koyun eti olması önemlidir. Diğer önemli malzemeler ise beyaz tatlı kuru soğan, yeşilbiber, sarımsak ve baharatlar kullanılır. Cıvıklı için hazırlanan hamur da kullanılan maya ise yaş hamur mayasıdır. Hamura katılacak olan maya miktarı ortamın ve suyun ısı derecesine ve iklime göre değişiklik göstermektedir. Cıvıklı eti hazırlanırken koyun eti kuşbaşı olarak doğranır ardından çift bıçak yöntemiyle kıyılır. Daha sonra diğer malzemeler eklenerek karışım homojen bir hale gelene kadar kıyılmaya devam edilir. Böylece cıvıklı hamuru üzerine yayılan bu karışım eşit miktarda pişmesi sağlanır. Develi cıvıklısı servis edilirken isteğe bağlı olarak etin yağ tadını azaltmak için limon ile servis edilebilir (Kayseri Ticaret Odası, 2012; Eren ve Sezgin,2021).

*Nevzine Tatlısı* Nevzine tatlısı, Kayseri mutfağına özgü geleneksel şerbetli tatlılardan biridir. Yağ, yoğurt, tahin, ceviz ve unla hazırlanan tatlının kıvamı yoğun ve enerji değeri oldukça yüksektir. Nevzine tatlısının diğer şerbetli tatlılardan farkı ise şerbetine



pekmez ilave edilmesidir. Tahin ve pekmezin lezzetini içerisinde barındıran bu geleneksel tatlı, yörede genellikle bayramlarda gelen misafirlere, özel gün kutlamalarında ya da ailecek düzenlenen yemek sofralarında sıkça ikram edilmektedir (Erdem, Poçan vd, 2020). Nevzine tatlısı haricinde Güllü Baklava ve Aside tatlıları da Kayseri mutfağında sıkça yapılan ve tüketilen tatlı çeşitleri arasındadır (Şahinbaş, 2018).

*Gilaburu* Kayseri’de kirebolu, girabolu, gileburu girebolu gibi yöresel isimleri olan kırmızı renkte, salkım şeklindeki meyveleriyle yöre de oldukça ünlü bir bitkidir. Orta Asya’da daha çok da Kayseri ve çevre bölgelerde tüketilen geleneksel bir içecektir. Özellikle son dönemlerde sağlığa olan faydaları sayesinde ön plana çıkan bir içecektir. Gilaburu suyu, sonbahar sonlarına doğru toplanan meyvelerin suyun içerisinde bekletilerek olgunlaştırılır. Böylece acımsı, buruk olarak tabir edilen tadı yenilebilir hale gelmektedir. Daha sonra meyvelere presleme işlemi yapılarak meyve suyu elde edilir. Tüketilmeden önce ise suyla açılarak içilir. Kayseri’de ticari öneminin yanı sıra, birçok hastalığa ve sağlığa olan faydaları nedeniyle oldukça sık tüketilmektedir (Demirezer, 2011; Dinç ve Aslan 2012).

*Kuru Bamyacıbaşı Çorbası* Afrika kökenli olan ve Anadolu’ya Kongo ya da Habeşistan dan geldiği tahmin edilen bamyacıbaşı Osmanlı mutfağında sıkça kullanılan ve sevilen bir ürün olduğu kayıtlarda yer almaktadır. Özellikle sarayda “*Bamyacıbaşı*” adıyla memurluk kurulduğu bilinmektedir. 1730’lardaki belgelere bakıldığında bamyacıbaşı’nın padişah için en güzel bamyaları ayırdıktan sonra kalanların halka satışına izin verdiğine dair bilgiler yer almaktadır (Akkor, 2019). Bu çorbanın içerisinde öne çıkan malzemeler kuru bamyacıbaşı, yağlı koyun eti, salça ve baharatlardır (Kayseri Ticaret Odası,2012).

*Düğ Çorbası* 11. yüzyılda Orta Asya’da dövülerek kabuğu çıkarılan ve darı anlamına gelen “*tügi*” kelimesi “*düğü*” şeklini alarak 16. yüzyıla kadar aynı anlamı korumuştur. Derleme Sözlüğü’ne göre Anadolu’nun neredeyse her yerinde “*düğü*” ince bulgur veya bulgur içi için kullanılmaktadır. Kayseri’de de Düğ çorbasına ismini veren “*düğ*” kelimesi ince bulgur anlamında kullanılmaktadır (Akkor, 2012). Kayseri Mutfağının Orta Asya Türk Mutfağı köklerine işaret etmektedir. Bu çorbanın içerisinde İnce

bulgur, kıyma, patates, tereyağı, salça ve baharatlar yer almaktadır (Kayseri Ticaret Odası, 2012).

*Börek Aşı Çorbaya* ismini veren “*börek*” Türk mutfağın da yufka kültürünün dünyaca tanınan bir ürünüdür. Böreğin çorbasının dahi yapıldığını gösteren bu çorba Kayseri Mutfağının Orta Asya Türk Mutfağı köklerine işaret etmektedir. Bu çorbanın ana malzemesi Kayseri mantısı ve yeşil mercimekten oluşmaktadır (Akkor, 2019).

*Yağlama* “Şebit Yağlaması”, kıymasız, sadece tereyağı yahut tereyağı, kuyruk yağı ile baharatlardan hazırlanan karışımın, ince açılarak pişirilen mayalı hamurun kat kat sürülerek yapılan hamur işi yemeğidir. Kıymalı, peynirli, domatesli ve hakırdaklı (kavrulmuş kuyruk yağı) çeşitleri vardır. Günümüzde oldukça meşhur olan bu yemeğin kıymalı çeşidi daha çok bilinmektedir (Akkor, 2019; Kayseri Ticaret Odası; 2012;).

*Kâğıtta Pastırma* Kayseri’de pastırmayla yapılan yemek çeşitlerine bakıldığında Kayseri’ye özgü kâğıtta pastırma dikkat çekmektedir. Bu yemek yapılırken alüminyum folyo ya da yağlı kâğıt fırın tepsisinin içine kayık şeklinde açılır. Tabanına biraz tereyağı koyulup kap yağlanır. Sırasıyla pastırma, biber, domates ve tereyağı ilave edilerek önce kapalı daha sonra kabın ağzı açılarak üstü kızarana kadar pişirilir. Üzerine ince kıyılmış maydanoz serpilerek sıcak bir şekilde servis edilir (Akkor, 2019).

**Tablo 1.1.**Kayseri İli Yemekleri

<b>Çorbalar</b>	Börek Aşı Çorbası, Kesme Hamur Çorbası, Kuru Bamya Çorbası, Gedime Çorbası, Düg Çorba, Arabaşı Çorbası
<b>Hamur İşleri</b>	Kayseri Mantısı, Yağ Mantısı, Üzengi Mantısı, Tepsi Mantısı, Kayseri (Şebit) Yağlaması, Katmer-Tahinli Katmer, Susamlı Halka, Sac Böreği
<b>Ana Yemekler</b>	Pehli, Hakırdaklı Lahana Sarması, Şaştım Aşı, Patates Kovalama, Fırın Ağzı, Kabak Çiçeği Dolması, Bezdirme, Pastırmalı Kuru Fasulye, Pöç Kebabı, Kağıtta Pastırma, Saç Kavurması, Bayram Yahnisi, Patlıcan Kovalama
<b>Tatlılar</b>	Nevzine, Telteli, Güllü Baklava, Pekmez Helvası, Kuru Kaymak, İncir Tatlısı, Aside, Omma, Dolaz, Un Kurabiyesi, Maramisa, Kedi Bacağı

**Kaynak;** Akkor, 2012; Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021; Kayseri Ticaret Odası, 2012

Kayseri mutfağında yer alan yemeklere bakıldığında daha çok unlu, etli ve baklagillerden oluşan besinleri içeren bir mutfak kültürüne sahip olduğu

görülmektedir. Özellikle Kayseri pastırması, mantısı, sucuğu, Tomarza Kabak Çekirdeği, Yamula Patlıcanı, Bünyan Gilaburusu ve Develi cıvıklısı Kayseriyle özdeşleşen gastronomik ürünler olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca bu ürünler Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından tescillenerek coğrafi işaretle koruma altına alınmıştır. Ancak Kayseri mutfağı sadece bu yemeklerle sınırlı olmayıp birbirinden farklı yöresel yemek çeşitlerine de sahiptir. Aşağıda yer alan tablolarla Kayseri mutfağında yer alan diğer yöresel yemekler yer almaktadır.

### **1.3.2. Niğde Mutfağı**

Niğde, İç Anadolu'nun Orta Kızılırmak bölümünde yer almaktadır. Kuzeyinde Çiftlik Mahallesi ve Gölcük Kasabası, batısında Fertek ve Koyunlu Kasabaları, güneybatısında Bor Mahallesi ve doğusunda Çamardı ilçeleri Niğde'nin sınırlarını oluşturmaktadır. Niğde şehri Bolkar dağı, Hasan dağı, Melendiz dağı ve Aladağlarla çevrili, 1229 m yüksekliğinde bir plato üzerine kurulmuştur. Niğde'nin komşu illeri ise Konya, Aksaray, Kayseri, Nevşehir, Mersin ve Adana'dır (Şaşmaz, 2008; Öcal ve Altuner, 2014).

Niğde, sahip olduğu binlerce yıllık tarihi geçmişiyle bütün dönemlerden ve kültürlerden izler taşımaktadır. Şehre "Hititler, Geç Hititler, Asurlar, Frigler, Kilikya Krallığı, Medler, Persler, Kapadokya Krallığı, Roma İmparatorluğu, Doğu Roma (Bizans) İmparatorluğu, Selçuklu Devleti, Beylikler ve Osmanlı Devleti" hâkim olmuştur (nigde.ktb.gov.tr, 2022).

Niğde ilinin tarihi, Bahçeli Kasabası'nda yapılan arkeolojik kazılar neticesinde M.Ö. 7250-5500 yılları arasında Neolitik ve Kalkolitik döneme kadar uzandığını göstermektedir. Tarih öncesindeki dönemlere bakıldığında, Niğde'ye bağlı olan Tyana yani bugün ki adıyla Kemerhisar kasabası Hitit İmparatorluğu döneminde Kral Labarna'nın oğlu tarafından yönetilen bir il konumunda olmuştur. Tyana, Eski Hitit Devleti'nin yıkılması ile kurulan II. Hitit Devleti Döneminde ise merkezi konuma gelmiş ve Nahita adı ile anılmaya başlamıştır. Şehrin bugünkü ismini de bu kelimedenden aldığı yönündedir. 1890 yılında Andaval Kilisesinde yapılan arkeolojik kazılarda bulunan Hitit hiyeroglifiyle yazılmış kitabede geçen "NAHİTA" kelimesi bu durumu destekler niteliktedir (Kocaman, 2016; Özkarcı, 2001; Yılmaz, 1999).

Niğde’de sınırlarında bulunan Kaletepe Obsidyen atölyelerinde yapılan arkeolojik kazılardan elde edilen buluntuların M.Ö. 600.000 yıl öncesine dayandığı ifade edilmektedir. Ayrıca Pınarbaşı Höyüğü, Bahçeli-Köşk Höyüğü, Çamardı-Kestel ve Çiftlik-Tepecik Höyüğünden çıkarılan Kalay Maden Ocağı ile Madenci Köyü Göltepe’de yapılan kazılar ve yüzey araştırmaları sonucunda Niğde’de yerleşik yaşamın günümüzden 10.000 yıl öncesine kadar uzandığı yönündedir (Kızılkaya, 2017a). M.Ö. 700 yılında bölge Asurluların, daha sonra Frig, Kimer ardından Pers egemenliğine girmiştir (Yılmaz, 1999: 35). M.Ö. 334 ile 133 arasında Helenistik dönem yaşanmış ve daha sonra bölge Romalıların eyaleti haline gelmiştir (Kocaman, 2016).

Niğde yöresi, 1071 Malazgirt savaşından sonra Türklerin egemenliğine geçmiştir. Özellikle Anadolu Selçukluları döneminde parlak bir dönem yaşamıştır. Anadolu Selçuklularından sonra bölge Moğolların sınır beyliği olan İlhanlıların idaresine geçmiştir. Daha sonra bölge 1357 yılında Karamanoğullarının egemenliğine girmiştir. 1471 yılında Fatih Sultan Mehmet’in Karamanoğullarını yenilgiye uğratarak Niğde ve diğer bölgeleri Osmanlı Devleti hakimiyetine girerek Konya iline bağlanmıştır. 1923 yılında Cumhuriyetin ilanı ile birlikte Niğde, Konya ilinden ayrılarak il statüsü kazanmıştır. (Çetinkuş, 2010; Toroğlu, 2006; İri, 2009).

Kapadokya Bölgesi; coğrafi ve stratejik konumu (önemli ticari ve dini yollar üzerinde yer alması), ekolojik ve jeolojik yapısıyla birçok farklı uygarlığın, topluluğun ve kültürün yaşam alanı olmuştur. Kapadokya Bölge’si içerisinde yer alan Niğde şehri de farklı doğal güzelliklere, arkeolojik varlıklara ve kültürel zenginliğe sahip bir yerleşim yeridir (Çetinkaya Karafakı, 2019). Bu nedenle bölge turizm açısından oldukça zengin bir potansiyele sahiptir. Özellikle tarihi ve kültürel alanları (cami, kilise, türbe, müze vb.), kaplıcaları, dağcılık ve kış sporları, doğal güzellikleri, hamamları, yöresel yiyecekleriyle birçok alternatif turizm çeşitliliğine ev sahipliği yapmaktadır (Eren ve Eroğlu, 2019). Şehir de termal kaplıca turizmi, av turizmi, inanç turizmi, tarih turizmi, yayla turizmi, spor turizmi, kamp turizmi, kış turizmi gibi alternatif turizm çeşitlerine yönelik faaliyetlerin yapıldığı görülmektedir (Kalıncılık, 2019). Bu turizm çeşitlerinin yanı sıra son yıllarda gastronomi turizmiyle birlikte yöresel mutfaklar ve kültürü ön plana çıkmaya başlamıştır (Kızıldemir, Öztürk ve Sarıışık, 2014). Çünkü yöresel

mutfaklar farklı tatları deneyimlemek isteyen turistler için önemli bir seyahat unsuru olmakta ve destinasyon seçimini etkileyebilmektedir (Türkay ve Genç, 2017; İşevcan Ertamay ve İrigüler, 2018). Niğde şehrinin de verimli topraklarından elde ettiği yöresel ürünleri ve tarih boyunca barındırdığı medeniyetlerin farklı kültürleriyle harmanlanmış zengin bir mutfak kültürüne sahip olması gastronomi turizmi açısından önemli bir potansiyeli barındırdığı söylenebilir.

Kendine özgü yöresel lezzetleri barındıran Niğde mutfağı, et ve sebze yemekleriyle öne çıkmaktadır. Özellikle Niğde'nin meşhur geleneksel yemeği olan Niğde tavası ve Bor söğürmesi kuzu eti ile yapılmaktadır. Bu et yemeklerinin bir kısmı ev de yapılmakla birlikte kasap ve fırınlara da kişi sayısı verilerek de hazırlanmaktadır. Niğde'ye özgü diğer yöresel yemekler içerisinde; Niğde çanağı ve ciğerli bulgur pilavı, soğan yahnisi, işkembe haşlaması, mazaklı köftesi, hakırdak, kuru erikli pırasa, oğma çorbası, cevizli erişte pilavı ve çorbası, tarhana çorbası, mangır çorbası, sütlü pancar çorbası, kuskus çorbası, sütlü kabak çorbası, pancar çorbası, et kabak musakkası, papara, koruklu ve erikli bamya, yaprak ditmesi, çömlekte ala bakla, tirit, orta dolması ve daha fazlası yer almaktadır (Varol İnel, 2015; Eren ve Eroğlu, 2019).

İç Anadolu bölgesinde yer alan illerin genelinde özellikle kış aylarında hastalıklara karşı direnci artırdığı için sıkça yapılan, tavuk suyuyla hazırlanan çorbası ve özel hamuruyla birlikte tüketilen oldukça lezzetli olan "Arabaşı Çorbası" Niğde'de sıkça tüketilen bir çorbadır (Kızılkaya, 2017b).

Niğde mutfağı dolma çeşitleri yönünden de zengindir. Bölgede beyaz lahana yetiştiriciliğinin fazla olmasından dolayı lahana sarması ve lahana kapması (etli iç harç hazırlanarak lahananın içi doldurulur) sıkça yapılmaktadır. Niğde'nin bağlarında yetiştirilen üzümlerin yaprağından hazırlanan sarma çeşitleri de mutfağın önemli lezzetleri arasında yer almaktadır. Bunun yanı sıra dut ve pazı yaprağından, kurutulmuş kabak dilimlerinde de sarma yapılmaktadır. Kurutulmuş patlıcan, kabak, domates ile elma, soğan ve ayva dan yapılan dolma çeşitleri de Niğde mutfağının yöresel lezzetlerindedir (Ölmez, 2021; Varol İnel, 2015).

Niğde mutfağında yer alan yöresel tatlılar ise; halveter, tatlı dürüm, pestil, paluze, halka tatlısı, dolaz, havu, zerdali kavurması, köfter, pekmezli sarığıburma (tırtıl baklavası), kuru incir kavurması, cevizli elma dolması, kaşık kayganası, Çamardı dondurması, pirinçli zerdali dolması, şekerli tahinli pidesi, köfter kavurması, Niğde burma tatlısı, kar katması, pestil gibi yöreye ait çeşitli tatlılar bulunmaktadır. Az şekerli ve ahududu aromasıyla hem yörede hem de yöre dışında tüketilen Niğde gazozu da yörenin meşhur içeceği arasındadır (Baş, 2017; Eroğlu, 2018).

Ürünün kaynağını, karakteristik özelliklerini ve ürünün coğrafi alanla arasındaki bağlantıyı gösteren coğrafi işaret, ürünün kalitesini, gelenekselliğini, yerel niteliklerinin korunması sağlamaktadır. Niğde yöresinde sahip olduğu yöresel yiyecek ve içecekleri için coğrafi işaret almaya başlamıştır. Bunlar “Bor söğürmesi”, “Niğde tahinli pidesi” ve “Niğde Darboğaz kirazı”dır. Ayrıca Niğde misket elması için de başvuru yapılmıştır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022).

Niğde yöresinde halk kış hazırlıklarını eskiden olduğu gibi günümüzde de devam ettirmektedir. Yazdan patlıcan, bamyası, kabak, domates gibi bazı sebzeler ile meyveler kurularak kış için saklanmaktadır. Bağ bozumunda elde edilen üzümlerden pekmez yapılmaktadır. Bu pekmezden de pestil, bandırma, köfter gibi tatlılar yapılmaktadır. Yöre halkı tarhana, erişte, karın kurutması, yufka ekmeği ya da ev ekmeği, salça, aşlık, reçel, sirke, peynir, turşu, tereyağı, yoğurt, gibi birçok ürünü imece usulü yardımlaşarak hazırlamaktadır. Kışlık et hazırlığı da yörede oldukça önemli ve zahmetli bir iştir. Etlik olarak adlandırılan bu hazırlık da yöre halkı kavurma, sızgıt, pastırma, sucuk, kuru et, kıyma ve hakırdak yapmaktadır. Etlik için ilk önce kasap dan koyun ve inek alınarak kesimi yapılır. Etler yumuşak ve sert olarak ayrıldıktan sonra kullanılacak ürüne göre işlemler yapılmaya başlanır. Pastırma yapılacak olan etler bolca tuzlanır ve denge verilir. Kavurma için etler kuşbaşı halinde doğranarak bakır tencerelerde kavrulur ve önceden ıslatılmış tepsilere basılarak “sızgıt” yapılır. Koyunun kuyruk yağı doğranarak tencerede kavrulur ve çıkan yağ birkaç defa süzülür. Tencerenin dibinde kalan yağ parçaları bir tabağa alınarak “hakırdak” yapılır. Kalan etler kıyma makinesinden geçirilerek iç yağı ile birlikte kavrulur. Sonra sızgıtta olduğu gibi kaplara basılır ve donunca çıkarılarak kışın yemekler de kullanmak üzere

dolaplara yerleştirilir. Kıymanın kalan kısmına baharat katılarak sucuk yapılır (Varol İnel, 2015). Niğde mutfağına ait bazı yemekler şunlardır;

*Niğde Tava* Niğde mutfağına özgü geleneksel bir et yemeğidir. Niğde tava; kuzu eti, yağ, sarımsak, baharat ve sebzelerin toprak ya da bakır kaplarda hiç su koymadan kendi suyunda etler kızarana kadar fırın ya da kuzine de pişirilerek yapılır. Koyun kaburgasından çıkarılan kuşbaşı et kullanılması Niğde Tava'nın daha lezzetli olmasını sağlamaktadır (Varol İnel, 2015).

*Bor Söğürme* Niğde'nin Bor ilçesine ait geleneksel bir yemektir. Kuzu budundan el ayası büyüklüğünde çıkarılan külbastı ve kaburga kısmından elde edilen pizzolalardan yapılır. Yöre de bu külbastılara, söğürme adı verilir. Etler tek tek tuzlanır. Daha sonra yağlanmış tepsiye önce biberler diziliyor daha sonra üstüne tuzlanmış etler ile arpacık soğanlar ekleniyor. Üzerine kekik ve kuyruk yağı eklendikten sonra odun ateşi ile yakılan fırına verilir. Etler suyunu bırakıp çekene kadar pişirilir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2017).

*Mangır Çorbası* Niğde mutfağında erişte, makarna ve çorbalarda sıkça kullanılır. Un, su, yumurta ve tuz ile sert bir hamur yoğrulur. Orta büyüklükte bezeler tutularak hamurlar açılır. Açılan hamurlar kurutulularak çeşitli boyutlarda kesilmeye başlanır. Birer santimlik boyutlarda kesilen erişteler makarnalık, mercimek büyüklüğünde kesilen hamurlar çorbalık erişte olarak kullanılan "kuşgözü" ya da "kuskus" elde edilir. Hamur kare olarak kesilmiş ise yine çorbada kullanılan mangır elde edilmektedir. Mangır çorbası Niğde'ye özgü bir çorba çeşididir. Bu çorba kuru kayısı, kuru erik, pekmez, limon tuzu kullanılarak yapılır. Daha sonra tereyağı ve kesme erişte kızartılarak çorbanın üzerine eklenerek servis edilir (Ölmez, 2021; Varol İnel, 2015).

*Niğde Tahinlisi* başta merkez olmak üzere Niğde'nin diğer ilçelerinde de uzun yıllardır yapılan ve ramazan ayında tüketimi fazla olan hamur işi bir tatlıdır. Şekerli ve sade olarak iki çeşit yapılmaktadır. Tahinlinin hamuru kol üzerinde çevrilerek açılmaktadır. İçerisine konulan tahin ve şeker elle hamurun üzerine yayılır ve elle sarılarak pişirmeye hazır hale getirilir. Niğde tahinlisinde hamurun yoğrulması dışındaki tüm işlemler makine kullanılmadan yapılır. Geleneksel olarak odun ateşinde pişirilmesi

tercih edilirken gazlı veya elektrikli fırınlarda da pişirilebilmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu , 2020). Niğde iline ait diğer yöresel yemekler aşağıda verilmiştir.

**Tablo 1.2.**Niğde İli Yemekleri

<b>Çorbalar</b>	Mangır Çorbası, Oğma Çorbası, Bor Arabaşı Çorbası, Tarhana Çorbası, Sütü Yarma Çorbası, Sütü Kabak Çorbası
<b>Hamur İşleri</b>	Tahinli Pide, Şepe, Fertek Halkası, Fertek Çöreği, Hakırdağ Dürüm
<b>Etlı Yemekler</b>	Niğde Tava, Bossulu, Çömlekte Akbakla, Avya Boranası, Üzüm Boranası, Niğde Çanağı, Mazaklı Köftesi
<b>Sebze Yemekleri</b>	Etlı Lahana Sarması, Etlı Kuru Bamyası, Lahana Kapama, Koruklu Bamyası, Pancar Peziği, Pirinçli Elma Dolması, Erikli Bamyası
<b>Tatlılar</b>	Tatlı Dolaz, Bandırma, Cevizli Elma Dolması, Paluza, Zerdali Kavurması, Halveter, Köfter, Çamardı Dondurması, Cevizli Pirinçli Zerdali Dolması, Kuru İncir Kavurması, Çamardı, Halka Tatlısı

**Kaynak:** Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Birçok yöresel lezzeti günümüze taşımayı başarmış Niğde mutfak kültürü, nispeten zengin tarımsal çeşitlilikten kaynaklanan et ve sebze temellidir. Ayrıca Niğde’de üretilen Niğde gazozu birçok kişi tarafından tercih edilmektedir (Eren ve Eroğlu 2019).

### 1.3.3 Aksaray Mutfağı

Aksaray, İç Anadolu bölgesinin güney doğusunda, İpek Yolu üzerinde yer alan il kavşak bir noktada yer almaktadır. İç Anadolu Bölgesi’nin Orta Kızılırmak Bölümünde yer alan ve “güzel atlar ülkesi” anlamına gelen Kapadokya Bölgesinin sınırlarında yer alan Aksaray ilinin tarihi M.Ö. 8-10 bin yıllarına kadar dayandığı tahmin edilmektedir. Önemli geçiş yolları üzerinde yer alması ve coğrafi konumu ilin yerleşim yeri olarak seçilmesinde önemli bir unsur olmuştur. Özellikle şehir de yapılan arkeolojik çalışmalarda tarihi günümüzden sekiz bin yıl öncesine dayanan Aşıklı Höyüğü açıkça göstermektedir (Güngördü, 2007). Şehir geçmişten günümüze kadar “Hititler, Firikler, Lidyalılar, Persler, Kapadokya Krallığı, Romalılar, Danişmendiler, Selçuklular, Karamanoğulları ve Osmanlılar” olmak üzere birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış ve bu uygarlıklardan izler taşımaktadır. Bunun yanı sıra şehrin Kapadokya bölgesinde bulunması, ev sahipliği yaptığı uygarlıklardan, devletlerden kalan birbirinden farklı mimari eserleri barındırması, kültürel anlamda oldukça zengin bir mirasa sahip olması ve doğal güzellikleri Aksaray ilinin turizm potansiyelini artırmaktadır. Ayrıca şehrin sahip olduğu bu tarihi ve kültürel özellikler ile coğrafi



yapısı yeme içme kültürüne de yansıdığı görülmektedir (Hatipoğlu, Zengin vd., 2013; Tuncer ve Çavuş, 2017).

Geniş bir ova üzerinde kurulmuş olan şehirde karasal iklim hakimdir. Tahıl üretiminin yoğun olması mutfak kültüründe hamur işi ürünlerin yaygın olduğunu göstermektedir. Küçükbaş hayvan yetiştiriciliğinin fazla olması nedeniyle koyun etinin Aksaray mutfağın da öne çıktığı görülmektedir (Toprak Mahsulleri Ofisi, 2019; Erol, 2018). Yine bahçe ve bağlarda yetiştirilen sebze ve meyveler ile pekmez Aksaray mutfağında sıkça kullanılmaktadır (Erol, 2018).

Aksaray'ın önemli ilçelerinden biri olan, Selimiye ve Ihlara vadisini içine alan Gelveri (Güzelyurt) ilçesinde yaşamış olan Rum halkı da yöre mutfağını etkilemiştir. Aynı coğrafya da uzun yıllar birlikte yaşamının verdiği etkileşimle yörede yapılan; Gelveri Tava, Gelveri Pekmezi ve Gelveri Ekmeği önemli birer örneğidir (Acar, 2016).

Aksaray yöresi sahip olduğu yöresel lezzetleri için coğrafi işaret çalışmaları başlatmış ve 7 adet yöresel ürüne coğrafi işaret almıştır. Bunlar “Aksaray Kabak Çekirdeği”, “Aksaray Köpük Helva”, “Aksaray Tahinlisi”, “Aksaray Tulum Kebabı”, “Aksaray İncelek Tatlısı”, “Aksaray Şerbetli Pidesi” ve “Eşmekaya Yoğurdu” dur (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022).

*Aksaray Tahinlisi* mutfak kültüründeki yeri ve geçmişi oldukça eskiye dayanmaktadır. Tok tutması nedeniyle daha çok ramazan ayında ve sahurda tüketilmektedir. Hamurun yapılmasından yufkaların açılmasına kadar olan bütün aşamaları ustalık gerektirmektedir. Aksaray tahinlisi; un, maya, şeker, tereyağı, su ve tahinle hazırlanan hamurun içerisine tahin tereyağı ve zeytinyağı ile hazırlanan tahinli iç sürülür. Rulo şeklinde sarılır üzerine tekrar tahinli harçtan sürülerek taş fırında pişirilir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2021a).

*Aksaray Şerbetli Pidesi* genellikle kahvaltıda tüketilmekle birlikte artık günün her saatinde tüketilmektedir. Pidenin yapımında, yağlı eritme peyniri, yörede “göğ” adı verilen küflü peynir ve lor peyniri olmak üzere üç çeşit peynir kullanılmaktadır. Pidenin hamuru orta kalınlıkta olmalıdır. Odun ateşinde iyice pişen pide, fırından

çıktıktan sonra üzeri ve içi tereyağı sürülür. Ardından şerbet dökülerek servis edilir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2021b).

*Aksaray İnceelek Tatlısı*, ramazan ayında iftar ve sahurda, bayramlarda ve düğünlerde tüketilen yöresel bir tatlıdır. Aksaray İnceelek Tatlısı; un, yumurta, süt, yoğurt, zeytinyağı, limon suyu ve karbonat ile hazırlanan, hamurdan ince yufkalar açılır. Açılan bu yufkalar ekmek sacında ateş üzerinde veya fırında hafif kızartılır. Aralarına ceviz ve üzerlerine zeytinyağı sürülerek tepsiye dizilir. Daha sonra fırında pişirilerek üzerine şerbet dökülür (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2019a)

*Aksaray Tulum Kebabı* geçmişte çobanların yaptığı bir yemek olarak bilinmektedir. Yöredeki çobanlar hayvanları otlatmaya çıkmadan önce kuyu kazalar ve koyunlardan elde ettikleri tulumun içerisini yanlarında getirdikleri baharatlarla sıvarlar. Daha sonra tulumun içerisine büyük et parçalarını koyduktan sonra tulumun ağzını dikerler ve pişirirlerdi. Tulumun yanmasını önlemek için altına ve üstüne topladıkları kalın yaprakları serer, toprak serper ve en üstüne ateş yakarlardı. Bu ateş, dışarıdan kebabın piştiğinin anlaşılması içindir. Bu kebabın özelliği doğrudan ateşe temas etmeden tulumun içerisinde etin pişirilmesini sağlayan bir yöntemle sahip olmasıdır. Kullanılan et ise yörenin meraların da otlayan erkek kuzuların etidir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2019b).

**Tablo 1.3.**Aksaray İline Ait Yemekler

<b>Çorbalar</b>	Arabaşı Çorbası, Cavırcık Çorbası, Gevrekli Sütü Aş, Kuru Bamya Çorbası, Tandır Çorbası, Yarma Tarhana Çorbası, Katıklı Aş
<b>Hamur İşleri</b>	Aksaray Mantısı (Muska Mantı), Kabak Böreği, Aksaray Tahinlisi, Kaymaklı Börek, Mayalı, Süt Ekmeği, Sıkma, Sac Böreği
<b>Ana Yemekler</b>	Aksaray Tavası, Gelveri Tavası, Halep, Herse, Çiriş Yemeği, Evelik Aşı, Hasan Dağı Testi Kebabı, Batırık, Çullama, Firek Çatlatması, Ayva Borani, Tulum Kebabı
<b>Tatlılar</b>	Aside, İncir Uyumta, Kabak Ağdası, Bulama Helvası, Güğücük Tatlısı, Kuymak, İnceelek Tatlısı, Sütü Kabak, Kara Erik Kavurması, Öküz Helvası, Kaymaklı Baklava, Kaygana (Kapama)

Kaynak: aksaray.ktb.gov.tr; Tümer, 2018

Aksaray mutfak kültürü, özellikle 1924 yılında gerçekleşen Büyük Mübadeleden dolayı göçmen mutfağının izlerini taşıyan Güzelyurt başta olmak üzere, koyun eti ve sütü temelinde tahıllarla zenginleşen bir mutfak kültürüdür.

#### 1.3.4. Nevşehir Mutfağı

Nevşehir, orta Kızılırmak havzası içerisinde yer alan ve eskiden aktif olan Hasan, Erciyes ve Melendiz yanardağlarından çıkan lavların soğumasıyla oluşan volkanik bir düzlük üzerinde yer almaktadır. Kuruluşu M.Ö 7000’li yıllarda kadar dayanan Nevşehir’in Kapadokya Bölgesinin merkezi konumundadır. Yöreye tarih boyunca, Hititler, Asurlular, Frigler, Persler, Romalılar, Selçuklular ve Osmanlı olmak üzere birçok uygarlık hâkim olmuştur. Bu durum birçok uygarlığın kültüründen izler taşıyan Nevşehir kültürünün oluşmasında rol oynamıştır (Şahin Perçin, Örgün, Erol ve Keskin, 2019).

Şehir de genel olarak karasal iklim hâkim olmakla birlikte bozkır alanlarından oluşmaktadır. Sahip olduğu iklim koşulları nedeniyle genel olarak tahıl tarımı ve küçükbaş hayvancılık ile bağcılık gelişmiş durumdadır. Bu nedenle Nevşehir mutfağında öne çıkan yiyecekler yörede yetiştirilen ürünler temelinde gelişmiştir. Örneğin; Buğday, patates, nohut, kabak, fasulye, mercimek gibi tahıl ürünleri Nevşehir mutfağında ön plandadır. Ayrıca Nevşehir mutfağında et ve tahıl ikilisinden oluşan yemeklerde yer almaktadır (Yönet Eren, Demirel, 2017).

Bağcılık, Kapadokya bölgesinde yer alan şehirler içerisinde en çok Nevşehir de gelişmiştir. Bölgedeki üzüm bağlarının önemli bir kısmı burada yetişmektedir. Bu nedenle pekmez kullanımı Nevşehir mutfağında oldukça yaygındır. Özellikle aside, köftür, bulamaç, dolaz, pelver gibi yiyeceklerin yapımında pekmez kullanılmaktadır (Güldemir ve Işık, 2011; İşcen, 2011; Şahin ve Haklı, 2012; Yankı, 2013).

Nevşehir mutfağında yapılan yemeklerin önemli bir özelliği de pişirme sırasında kullanılan çömlek kaplardan ve tandır ateşinden kaynaklanmaktadır. Eskiden yöredeki evlerin ortasında veya yemek yapılan odanın içerisinde kuyu şeklinde derin bir tandır bulunur. Bu tandır hem yemek hem de ekmek pişirmek için kullanılmaktadır. Özellikle tandır içindeki ateşin alevi gittikten sonra kalan kül içine gömülen çömleklerin içerisindeki yiyecekler ağır ağır pişirilmektedir (Aras, 2017; İşcen, 2011). Nevşehir’e özgü yiyecekler aşağıda açıklanmaya çalışılmıştır.

*Nevşehir Testi Kebabı* ana malzeme olarak dana ya da kuzu eti ile sebzelerin kullanıldığı bir yemektir. Etler kuşbaşı olarak doğranır, domates ve biber de etlerin büyüklüğünde doğranır. Sarımsak ve arpacık soğanların kabukları soyularak bütün halinde eklenir. Testi kebabı Nevşehir'in Avanos ilçesinde yapılan testilerin içine doldurulur. Doldururken testinin en alt kısmına önce etler, arpacık soğan, sarımsak ve domatesler yerleştirilir. Sonrasında tuz, baharatlar ve yağ eklenerek testinin ağzını kapatmak için hamur hazırlanır. Ağzı hamurla kapatılan testiler 2- 2,5 saat kadar pişirmeye bırakılır. Testi kebabı hazırlanırken içerisinde yer alan hiçbir malzemeye ön pişirme yapılamaz. Testi piştikten sonra kırılarak servis edilir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2021c).

*Çömlek Fasulyesi* yörede *Ağ Pakla* olarak adlandırılmaktadır. Bir gece önceden fasulyeler (beyaz) suda bekletilir. Kemikli et ve soğan çömleğin içinde tereyağı ile birlikte kavrulur. Daha sonra salça, biber, soyulmuş domates ve baharatlar eklenir. Suyu eklendikten sonra çömlek kapatılarak tandırın içindeki köze gömülür. Yaklaşık olarak 4-6 saat kadar pişirilir ve servis edilir (Şahin Perçin, Örgün, Erol ve Keskin, 2019).

*Aside* un, pekmez ve yağ ile yapılan bir tatlı çeşididir. Aside tatlısı genel olarak Kapadokya bölgesinde yer alan illerde sıkça yapılmaktadır. Yapımı oldukça basit olan bu tatlı, tereyağı ve sıvı yağ bir tencere alınarak ısıtılır. Ardından üzerine un eklenir ve kavrulur. Kavurma işlemi tamamlandıktan sonra pekmez ilave edilerek düz tabaklarda servis edilir. Arzuya göre üzerine ceviz serpilir (Yorgancı, 2018; Şahin Perçin vd, 2019).

**Tablo 1.4.** Nevşehir İli Yemekleri

<b>Çorbalar</b>	Düğü Çorbası, Sütlu Çorba, Kesme Çorba, Patates Çorbası, Katıklı Aş, Tarhana Çorbası, Pancar Çorbası, Katma Çorbası
<b>Hamur İşleri</b>	Çığırtma, Hamursuz, Bazlama Yağlaması, Hamur Köftesi, Beyaz Bulamaç, Samsa Mantısı, Erişte/ Peynirli/ Kabak, Çekirdekli, Dolma Manti
<b>Ana Yemekler</b>	Nevşehir Tava, Testi Kebabı, Çömlek Fasulye (Ağbakla), Nohutlu Yahni, Sızgıt, Dıvıl, Ayva Dolması, Dövme Etli Sulu Köfte, Gendirme, Vişneli Yaprak Sarma, Çanak, Pıtır Pıtır Pilavı, Vişneli Yaprak Sarma
<b>Tatlılar</b>	Aside, Kayısı Dolması, Dolaz, Köftür/ Kavurması, Bulamaç, Yemiş, Aşure (Şire Çorbası), Kıvırma, Ayva Tatlısı, İrmik Tatlısı, Kabak Tatlısı

**Kaynak:** (Güldemir ve Işık, 2011; Gürsu, 2001; Narin, 2001; İnce, 2004)

Nevşehir mutfak kültürü, fırında toprak kaplarda düşük ısı ve uzun sürede pişirilen, tahıllar, et ve üzüm ürünleri ile zengin bir mutfak kültürüdür. Pekmez ile hazırlanan tatlılar, güveçte pişirilen et, sebze ve bakliyat yemekleri mutfak kültürüne farklılık katmaktadır( Şahin Perçin vd., 2019). Bu farklılığı kaorumak için tarifler gelecek nesillere aktarılmalıdır.



## İKİNCİ BÖLÜM

### GASTRONOMİ TURİZMİ VE GASTRONOMİ ROTALARI

Bu bölümde gastronomi ve gastronomi turizmi kavramları açıklanarak gastronomi turizmi ürünlerine yer verilmiştir. Daha sonra rota kavramı açıklanmış, rota türleri, rota oluşturma süreci ve Dünyada ve Türkiye’de bulunan gastronomi rotalarından örnekler verilmiştir.

#### 2.1. Gastronomi ve Gastronomi Turizmi Kavramı

Gastronomi terimi; iyi yemek yeme sanatı-bilimi, yemekten anlama ve iyi yemek yeme düşkünlüğü olarak açıklanmaktadır (Kızılırmak vd., 2016). Fransız şair Joseph de Berchoux tarafından 1800’lerde ilk kez kullanılan terim günümüzde hem akademinin hem de gezginlerin dikkatini çekmektedir. Yunanca mide anlamına gelen *gastro* ve kural-yasa anlamına gelen *nomos* kelimelerinden türeyen bu terimin mide sanatı, yeme içme sanatı ve iyi yemek yeme gibi diğer karşılıkları vardır (Etymonline, 2022).

Kültürün en önemli bileşenlerinden birisi olan yeme içme alışkanlıkları gastronominin konusudur. Yenilip içilen her şey gastronomi kapsamında bir ürün olarak değerlendirilebilir (Scarpato, 2003). Gastronomi yiyeceğin üretim mekanındaki ilk halinden, mutfağa gelişine, yemeğe dönüşümüne, sonrasında servis edilmesine, tüketilmesine ve dahası tüketim sonrasını da kapsayan bütün süreçleriyle ilgilenir (Aydın ve Bayat, 2021). İnsanlar için yeme-içme konusu hem gündelik bir rutin hem de özel ilgi gösterilebilen önemli bir olgudur.

Gastronomi turizmi destinasyonların sahip olduğu mutfak unsurlarının turizm çeşidi olarak kullanılmasıyla uygulanan bir turizm çeşididir. Bu turizm çeşidinde yerel mutfağa dair yiyecekler ve yerel içecekler ürünün temel yapı taşıdır. Ancak yalnızca tüketilen yiyecek ve içeceklerden bahsetmek doğru değildir. Yiyeceklerin yetiştirildiği yerlerden sofralara kadar gelinceye kadar geçirdiği süreçler, yiyecek veya içeceğin

yapım aşamaları, bunların saklanması, sunumu ve tüketimi bir bütün olarak gastronomi turizminin ürünüdür.

Gastronomi turizmi, yiyecek turizmi, mutfak turizmi, gurme turizmi aynı olguların farklı isimlendirilmiş halidir (Sormaz vd., 2016). Birbirinin yerine kullanılan bu kavramların farklı tanımları vardır. Yiyecek ve içecek turizmi konusunda dünyanın önde gelen kurumlarından birisinin tanımına göre; yiyecek turizmi bir yer duygusu elde etmek için bir yeri deneyimleme amacıyla seyahat etme eylemi olarak açıklanmaktadır (World Food Travel Association, 2022). Yerele özgü yiyecek-içeceklerin sunulması yaşayan mirasın aktarılması ve kültürel kimliğin deneyimlenmesini sağlamaktadır (Gökdeniz vd., 2015). Yeni bir yiyecek ve içecek deneyimi yaşamak amacı taşıyan seyahatler bu turizm türüne dâhil edilebilir.

Bugünün seyahatlerin turistlerin kültürel, sportif, rekreasyonel, yeme-içme gibi pek çok farklı etkinliklerle destinasyonu bir bütün olarak deneyimlemesi şeklinde gerçekleşir. Gündelik yaşamda vejetaryen beslenme, glütensiz beslenme, kan grubuna göre beslenme gibi eğilimler (Özen ve Akpınar, 2022) gözlense de seyahat edenlerin gittikleri destinasyonda yerel mutfağı deneyimlemek istediğini gösteren çok sayıda araştırma bulunmaktadır (Kivela ve Crofts, 2008, 2016; Mohamed, Hewedi vd., 2020; Soltani vd., 2021). Dahası Türkiye'yi ziyaret etme tercihlerinde yerel mutfağın önemli rolü olduğunu gösteren çalışmalar da bulunmaktadır (Kılıçhan, Karamustafa ve Birdir, 2022).

Mutfak turizmi, seyahat bağlamında her türden eşsiz ve akılda kalıcı mutfak deneyimi arayışıdır. Araştırmalar gıdaya yapılan harcamanın tüm turizm harcamalarının üçte birini geçebildiğini göstermektedir (Hall ve Sharples, 2003; Quan ve Wang, 2004), tabii olarak bu durum gastronomiyi sunulan bir ürünün kalitesini etkileyen temel faktörlerden birisi durumuna getirmektedir (Matlovičová ve Pompura, 2013). Gheorghe ve diğerleri (2014) çalışmalarında Avrupa ülkeleri özelindeki verilere dayanarak seyahat bütçesinin üçte birinin gıda tüketimine ayrılması nedeniyle gastronomi turizminin yeni bir turistik ürün gibi gelişen ve gelişmekte olan bir olgu olduğunu vurgulamaktadır.

## 2.2. Gastronomi Turizmi Ürünleri

Gastronomi turizminin konusu yiyecek ve içecektir. Bu turizm türünde ziyaretçilerin söz konusu yiyecek ve içeceğe olan ilgi ve motivasyonu ile gerçekleştirilen seyahatlerden bahsedilir. Katılımcılar ne, nerede, ne zaman, ne şekilde ve hangi kombinasyonlarla yiyip içilir sorusunun cevaplarını aramaktadır (Santich, 2004). Gastronomi turizmi kapsamında turistler yöresel yemeklerin, otantik yiyeceklerin tadımı ile uluslararası mutfaklar ve yiyeceklerle ilgili festivallere katılım sağlar (Hall ve Sharples, 2003).

Gastronomi turizmine yönelik iki ayrı yaklaşım ele alınmaktadır. Yemek yeme deneyimi ve zevkini merkeze yerleştiren yemek turizmidir; turistlerin eşsiz lezzetler ve yemek deneyimleri motivasyonlu hareket ettiğini öne sürer. İkincisi ise yerel yiyeceğin keşfini merkeze koyar; yerel yiyeceklerin tadılması, deneyimlenmesi, yetiştirilmesi, işlenmesi dikkat çeker. Birinci grup için yiyecek deneyiminin temel taşı iken ikinci grup için diğer çekicilikler de yiyecek kadar önemli kabul edilir (Aydın ve Bayat, 2021). Ancak her iki grup içinde gastronomik ürün karar verme aşamasının, deneyimin ve tüketim sonrası davranışların merkezindedir (Okumus ve Cetin, 2018; Yen ve Wang, 2020).

Gastronomi turizmi için belki de en önemli koşul yerelliktir. Kızılırmak ve Erşahin'in (2019) gastronomi turlarına katılan turistlerin memnuniyet faktörlerini belirlediği çalışmalarında yerellik ve geleneksellik önemli bir etken olarak görülmektedir. Ziyaretçiler uluslararası mutfaklardan yiyecek ve içecekleri de deneyimleme motivasyonuna sahip olabilirler. Ancak temelde gastronomi turistinin yerel yiyecekler ekseninde bu turizme katılım sağladığı görülmektedir (Jang, 2006). Dolayısıyla yerel olanaklarla ve belirli bir bölge sınırı içerisinde üretimi gerçekleşen yiyecek içecek ürünlerinin doğrudan gastronomi turizmi için kullanılabilir ürünler olduğu söylenebilir.

Son yıllarda coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi odaklı olduğu görülmektedir. Coğrafi işaretin doğal ve kültürel şartlara bağlı olarak ortaya çıkmış, gelişmiş ve tüm insanlık için değerli olduğu düşünülen, korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması istenen ürünler için uygulanan bir etiket olduğu söylenebilir (Aydın ve Bayat, 2021).



Coğrafi işaret verilen yiyecek/içeceklerin gastronomi turizmi için önemli ürünler olduğunu söylenebilir.

Moira ve diğerleri (2015) gastronomi turizm kaynakları olarak öncelikle ulusal ve yerel mutfağın sunulduğu restoranları işaret etmektedir. Yunanistan özelinde gerçekleştirilen bu çalışmada bahsedilen yerel mutfağın sunulduğu restoranlar tavernalardır. Türkiye’de yerel ve ulusal mutfağı sergileyen restoranlar için bir sınıflandırma bulunmamaktadır. Son olarak hayvansal gıdalar ile tarım, bağ ve bahçe alanlarında bulunan yiyecek veya içecek üretimiyle ilişkili ziyaret yerleri de gastronomi turizm ürünlerinin bulunduğu yerler arasında ele alınmalıdır. Örneğin şarap üretim tesisleri, mısır, buğday vb. tarımsal ürünlerin hasat edildiği alanlar, peynir üretim tesisleri, bira fabrikaları, zeytinlikler, mandıralar ve çiftlikler vb. gastronomi turizm ürününün üretildiği, tanıtıldığı ve satıldığı yerler olarak kabul edilebilir.

Son olarak gastronomik turizm ürünleri için Smith ve Xiao (2008) yiyecek içecek işletmeleri, etkinlikler, eylemler ve kuruluşlar olarak sınıflandırmaktadır. Nebioğlu (2017) ise gastronomik turizm ürünlerini aşağıdaki gibi listelemektedir:

- *Bir bölgeye özgü bir yiyecek- içecek ürünü,*
- *Bu ürünlerin sunulduğu restoran işletmesi gibi tesisler,*
- *Bu ürünlerin sunulduğu festival gibi etkinlikler ya da*
- *Bu ürünlerin üretildiği yerlere yapılan ziyaretler.*

Yukarıda anlatılanlardan anlaşıldığı üzere gastronomik ürün yerel ve uluslararası kaynaklı olabilir.

### **2.3. Rota Kavramı ve Rota Çeşitleri**

Rota bir işteki, bir konumdaki tutum; izlenen, tutulan, gidilen yol demektir. Eski Fransızca yol-patika anlamına gelen “*rute*” kelimesinden İngilizce “*route*” teriminin türediği düşünülmektedir (Vocabulary, 2022). Belirli bir sonuca ulaşmak için kullanılan yöntem anlamına da gelen rota, bu çalışmada bir destinasyonda izlenen yol/güzergah anlamıyla seyahat ve turizm bağlamında kullanılmaktadır.

Turizmde rota kavramı diğer teknik anlamından farklı olarak bir bölgede yer alan ziyaret yerlerinin birbirini tamamlayarak ziyaret edilmesini ifade eder. Rotalar, aynı bölgede bulunan, kimi yerde yakın kimi yerde birbirinden uzak birden fazla tarihi ve doğal alanın ziyaret edilmek üzere belirli bir güzergâhta sıralanmasıdır (Görmüş vd., 2016). Bu güzergâhta bulunan tarihi, kültürel ve doğal ziyaret yerleri kendi içinde bir sistem ve anlama sahiptir.

Rotalar turizm bağlamında ele alındığında temelde doğa ve kültürel yönden sınıflandırılabilir. Doğa temelli rotalar tamamen tabiat varlıklarının ziyaretini sağlamak için oluşturulurken, kültür temelli rotalar insan eliyle ortaya konan varlıkların ziyaretine yönelik hazırlanmaktadır. Ancak her iki türden varlıkların ziyaret edilmesini sağlayan güzergahlar da karma bir şekilde oluşturulabilir. Rotaların destinasyonlara ve buralarda bulunan paydaşlara sağladığı faydalar bulunmaktadır. Bu faydaları maksimize etmek ve yerel turizm kaynaklarının sürdürülebilirliğini artırmak için amaçlar bulunur. Bu amaçlar Görmüş ve diğerleri (2016) tarafından şöyle açıklanmaktadır:

- *Doğal ve kültürel mirası bütüncül şekilde korumak, yorumlamak ve sunmak,*
- *Tekil miras alanlarından öteye geçerek bölgesel kimliğin algılanmasını sağlamak,*
- *Kırsal kesimin özgün değerlerini canlandırmak ve tanıtmak,*
- *Geleneksel üretim, yerel mimari gibi kaybolmaya yüz tutmuş değerlerin ekonomik potansiyelini harekete geçirecek projeleri geliştirmek,*
- *Kitle turizmi ve her şey dâhil turizm tiplerine alternatif yeni turizm alanlarını geliştirmek,*
- *Sahil şeridi, hassas arkeolojik alanlar ve tarihi kent merkezleri gibi turizm aktivitelerinin yoğunlaştığı noktalardaki baskıyı hafifletmek,*
- *Hizmet sektörüne küçük ölçekli yatırım alanları yaratarak, bölgesel kalkınmayı desteklemek,*
- *Yerel paydaşlar arasında yatay işbirliği zeminleri oluşturmak,*
- *Yerel kesimde koruma bilincini geliştirmek, farkındalık yaratmak,*

- *Alanı/ bölgeyi deneyimleyecekler için nitelikli ve geliştirici bir seyahat deneyimi sunmak.*

Alternatif turizm, hemen her destinasyon için geçerli olan kitlesel turizm faaliyetlerinin getirdiği olumsuzlukların engellenmesi ve ortadan kaldırılması için oldukça önemlidir. Alternatif bir turizm türü olarak rotalar yerel toplumun refahında, gelirlerin eşit dağılımında, küçük girişimcileri desteklemede, miras alanların korunmasında, destinasyonun atıl kalmış turizm kaynaklarının ortaya çıkarılmasında vb. pek çok olumlu faydalar sağlamaktadır. Turizm anlamında ele alınan rotalar ICOMOS ve UNESCO gibi kurumların öncülüğünde genellikle literatürde kültür rotaları olarak ele alınmaktadır.

#### **2.4. Kültür ve Gastronomi Rotaları Kavramı**

Rotalar; bir yerden başka bir yere giderken önceden belirlenen izlenilecek yollardır. Her yolculuk sonunda bir varış noktasına ulaşmak için başlar. Gidilecek bu yolda var olan fiziki ve soyut özellikler rotanın temasını belirler. Kültür insana dair her şeyin konusunu oluşturur. Kültür rotaları insan emeğiyle ortaya konan kültürel anlamların ve yapıların dahil olduğu ziyaret yerlerini belli bir sırada ve güzergahta yapılacak ziyaretler için oluşturulur. Kültür rotalarının derli toplu bir tanımı için verilen en uygun açıklamalardan birisi şudur; *“Bir kültür rotası; yeni yaratılmış veya tarihin belirli bir döneminde gerçekten kullanılmış, üzerinde kültürel ve/veya doğal miras öğelerini taşıyan ve önemini bu varlıklar sayesinde kazanan, koruma, kırsal kalkınma ve turizmin geliştirilmesi gibi amaçlarla geliştirilebilen, yerel, bölgesel veya ulusal ölçekli bir ulaşım koridoru şeklinde tanımlanabilir.”* (Çekül, 2015).

Bazen şehir içinde bir yürüyüş, bazen şehirlerarasını da içerecek şekilde araçla gezilebilen; kimisi kısa, kimisi uzun turistik ve tarihi rotalar söz konusudur. Tarihsel bağlamda rotalar iki farklı grupta ele alınmaktadır: birincisi tarihin belli bir periyodunda kullanılmış güzergahlar; ikincisi ise tarihte kullanılmamış ama günümüzde planlanmış rotalardır.

İpek Yolu, Baharat Yolu, İstiklal Yolu gibi geçmiş dönemde belirli bir amaca yönelik kullanılmış güzergahlar ya da Büyük İskender Yolu, Evliya Çelebi Yolu, Aziz Pavlus Yolu gibi tarihi kişiliklerin daha önce yol aldığı güzergahlar ilk guruptaki rotalara

örnek gösterilebilir. Aynı zamanda Mozart Rotası, Hitit Yolu, Avrupa Bisiklet Rotası gibi tarihsel ve doğal özellikler bakımından evrensel değeri olan güzergahlar ise ikinci grubu rotalara örnek gösterilebilir (Çekül, 2015). ICOMOS'un yaptığı kültür rotası tanımı yukarıda verilen ilk gruptakiyle örtüşmektedir (ICOMOS, 2008). Örgüt temelde üç farklı koşulla kültür rotalarını ele almaktadır. İyi belirlenmiş bir amaca hizmet etmek için tasarlanan kendi dinamiklerine ve tarihsel işlevselliğine sahip kara, su veya başka bir iletişim yolu aşağıdaki koşulları sağlaması gerekmektedir.

- Uzun zaman dilimleri boyunca kıtalar, ülkeler ve bölgeler arasında çok boyutlu, karşılıklı ve sürekli mal, bilgi ve fikir alışverişi yanı sıra insanların etkileşimli hareketlerinden doğmalı ve bunları yaşatmalıdır.
- Toplumların soyut ve somut miraslarında yansıtıldığı gibi kültürlerin zaman ve mekanda etkileşimlerini teşvik etmiş olmalıdır.
- Rotanın varlığı ile ilişkilendirilen tarihi ve kültürel varlıkları ile dinamik bir sistem ile bütünleşmiş olmalıdır.

Kültür rotaları tarihin belirli bir döneminde ticaret, ibadet, göç, savaş, keşif gibi amaçlarla kullanılmış olan, üzerlerinde düzenli ve toplu nüfus hareketlerine sahne olmuş bağlantı yollarıyla bir bütün olarak farklı bölgelerin aynı seyahatle ziyaretini sağlayan güzergâhları ifade eder. Görmüş ve diğerleri (2016) kültür rotalarının bölgesel ölçekte bütünselliği ortaya çıkaran yönüne vurgu yapmaktadır. Bütüncül yaklaşım koruma, sunum ve tanıtım çalışmalarında oldukça önemlidir.

Günümüz turizm destinasyonlarının çoğunda kültür rotaları yakın zamanda oluşturulmaya başlanarak turizm hareketliliğine katkı sağlamaktadır. Sanat, tarih, müzik veya gastronominin her biri farklı bir tema olarak kültür rotasına örnek teşkil edebilir. Konunun temelini oluşturan ürün gastronomi rotaları olduğu için aşağıda detaylı bir şekilde gastronomi rotaları incelenmektedir.

Çalışmanın konusu ve bağlamı gereği mutfak kültürü olarak da anılabilecek *gastronomi*; kültürün bir alt dalı olarak toplumların yeme-içme alışkanlıklarıyla ilgilenir. Turizmde her zaman önemli rol oynayan gastronomiye olan ilgi son yıllarda dünyanın hemen her yerinde artış göstermektedir (James ve Manniche, 2017). Bir tema olarak ele alınan gastronomi olgusuyla hazırlanan turlar gezginlerin ilgisini

çekerken, yerel yiyeceklerin üretimi-tadımı-tüketimi gibi süreçleri deneyimlenmesini sağlamak temel hedef olarak belirlenmektedir.

Barrera'ya (1999) göre gastronomi rotaları, *onu karakterize eden belirli bir ürün temelinde oluşturulan ve yerel- bölgesel mutfağın tarımsal ve endüstriyel üretim sürecini ve tadımını organize bir şekilde tanımaya ve tadını çıkarmaya izin veren güzergâhlardır*. Gastronomi rotaları belirli bir bölgenin veya destinasyonun mutfak kültürünü ve gastronomik geleneklerini sunan (Tragear, 2011) yerel yemek kültürünü deneyimlemek isteyen ziyaretçiler için tasarlanmış (Cava Jimenez vd., 2022) güzergahlar olarak tanımlanabilir.

Gastronomi rotaları, turistlerin bir destinasyonu ziyaret ederken deneyimlerinin kalitesini artırmak için çeşitli aktiviteler sunmalıdır. Bu faaliyetler arasında gastronomi turları, festivaller, gıda fuarları, etkinlikler, çiftçi pazarları, mutfak gösterileri ve kaliteli gıda ürünlerinin tadımı yer alabilir (Nesterchuk vd., 2022; Çakır ve Özbay, 2021). Ek olarak gastronomik rotalar, kültürel rotalar, müzeler ve yorumlama merkezleri gibi destinasyonun çevresine yapılan ziyaretlerle mutfak deneyimini birleştirerek kültürel unsurları birleştirebilir (Turistlere "yerel halk gibi yemek" ve "yerel halk gibi yemek yapma" (gibi yemek pişirme dersleri ve atölyeler gibi uygulamalı deneyimlere katılma fırsatları sağlamak da önemlidir (Alekseeva ve Hercegová, 2021).

Gastronomi rotaları alt temalarla hazırlanabilir. Peynir rotası, bira rotası, zeytin rotası vb. belli bir yiyeceğin tema olarak belirlenmesi sıklıkla görülmektedir. Dünyada en yaygın gastronomi rotaları şarap rotalarıdır. Yapılan pek çok çalışma gastronomi turizminin geleceğin önemli niş pazarlarından birisini oluşturacağını, geziye çıkan ziyaretçilerin yerel yiyecekleri deneyimlemek istediğini (GlobalData, 2018), bu konuda uzman rehberlere ihtiyaç duyulacağını (Akpınar ve Avcı, 2021), yerel yönetimlerin bölgesel mutfak kültürlerini ön plana çıkaran tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine odaklanmaları gerektiğini göstermektedir (Dulaş vd., 2010).

## 2.5. Gastronomi Rotalarının Önemi

Gastronomi destinasyonların tanıtım ve pazarlanmasında önemli rol oynamaktadır. Öncelikle gastronomik unsur bir turizm ürünüdür. Turizm destinasyonlarında yeni ürünler ortaya koymak ve ziyaretçilerin bu yeni ürünleri denemelerini sağlamak zaruridir. Her destinasyonun bir yaşam döngüsü bulunmaktadır. Destinasyonlar, ziyaretçiler onu ziyaret ettikçe hayatta kalabilirler. Ancak ürün çeşitlendirmesi yapılmayan destinasyonlar da tıpkı bir canlının yaşama veda etmesi gibi duraklama dönemleri yaşanabilir. Devamında popülerliğini yitirerek tamamen unutulma potansiyeli söz konusudur. Ürün çeşitlendirmesi hem destinasyonun tekrar dikkat çekmesini hem de elde edilen gelirin mekânsal ve zamansal olarak dağılımını kolaylaştırır (Çavuşoğlu ve Çavuşoğlu, 2018; Oğan ve Durlu Özkaya, 2021). Gastronomi bu bağlamda kurtarıcı bir role sahip olabilir.

Yemek ve içmek insanların en fazla keyif aldığı ve her gün gerçekleştirdiği aktivitelerdendir. İhtiyaçlar hiyerarşisinde kimi zaman kendini gerçekleştirme seviyesinde söz edilen seyahat gibi bir mefhumla birlikte en temel ihtiyaçların bir turizm ürünü olarak değerlendirilmesi oldukça mantıklı ve kazançlı bir pazarlama karması olabilir. İyi pazarlanmış bir destinasyonda gastronomi rotaları, turistlerin yiyecek içecekleri tatması yoluyla yörenin ve mutfağın daha iyi tanıtılmasının sağlanmasına (Aydın vd., 2021), bununla birlikte diğer turizm ürünlerini denemelerine neden olabilir. Birbirini tamamlayıcı şekilde turistlerin deneyimine sunulan ürünlerin tüketimi yöresel ürünlerin korunmasına, el sanatları ve mutfak sanatlarının sürdürülebilir olmasına katkıda bulunabilir (Yılmaz ve Akman, 2019). Gastronomi rotaları mevcut doğal ve kültürel kaynakları kullanarak sosyal ve ekonomik fayda sağlayacak ve ziyaretçilere yerel kültürü öğrenme imkânı sunacaktır (Covarrubias vd.,2020). Özellikle doğal ve kültürel zenginliklere sahip olmasına rağmen turizmin yeterince gelişmediği destinasyonlarda oluşturulacak gastronomi rotaları sayesinde, bölge sakinleri turizmin gelişmesine ilgi gösterecektir. Yöre sakinlerinin, doğrudan ve dolaylı işler yaratmalarına olanak tanıyarak kültürü, gelenekleri ve görenekleri canlı tutmalarını sağlayarak kapsayıcı bir gelir kaynağı elde edecektir. Böylece gelecek nesillerin de bu durumu korumaları sağlanacaktır (Covarrubias vd., 2020; Villagómez-Buele, vd., 2022).

Toplum temelli turizm için de önemli bir faktör olan gastronomi yerel halkın doğrudan fayda sağladığı ürünlerin üretim ve pazarlanmasında rol oynar (Diaconescu vd., 2016). Doğal ve kültürel çekicilikler gastronomi ürünleriyle ön plana çıkarılabilir. Bu durum öncelikle ziyaretçilerin kalış sürelerini artırıp daha fazla harcama yapmalarını sağlar. Eğer hizmet kalitesi yüksek tutularak memnuniyet sağlanırsa yeniden ziyaret ve başkalarına tavsiye etme oranları da artırılabilir. Dolayısıyla gastronomi rotaları bölgelerin sahip olduğu yiyecek-içecek kültürünün bir ürün olarak değerlendirilmesi yoluyla sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin gelişimine katkıda bulunabilir.

Yeni ziyaret yerlerini veya popüler olmayan ancak potansiyeli yüksek destinasyonları, gezginlerin dikkatine sunan rotalar mekânsal ve zamansal olarak yoğunluğu dağıtan ve dengeleyen işleve sahiptir. Gastronomi rotaları kitlesel turizmin aksine sadece ana akımın varış yeri olarak belirlediği ziyaret yerlerinin ötesinde farklı mekanların ziyaret edilmesi için anahtar role sahiptir. Bu ise diğer rotaların sağladığı avantajlarda ele alındığı gibi turist yoğunluğunun mekânsal dağılımına katkı sağlayan alternatif turizm faaliyeti olarak görülmelidir (Görmüş vd., 2016). Aynı şekilde kitlesel turizmin genellikle belirli sezonlarda gerçekleştirilmesinin aksine gastronomi rotaları dört mevsim uygulanabilen güzergâhlarda oluşturulabilir. Kitle turizminin getirdiği olumsuzluklardan birisinin sezonsal yoğunluk ve buna bağlı kirlilik, tahribat, trafik vb. olduğu düşünüldüğünde gastronomi rotalarının özellikle yılın belli dönemlerinde ziyaretçi sayısı yüksek/aşırı turizme maruz kalan destinasyonlarda önemli bir alternatif turizm ürünü olduğunu söylemek mümkündür.

## **2.6. Rota Oluşturma Süreci**

Bir rota; tesisler, hizmetler, çevre, yerel topluluklar vs. gibi farklı maddi ve maddi olmayan bileşenler arasındaki etkileşimi içeren karmaşık bir turizm ürünüdür. Rotalar, turizm kaynaklarını dış paydaşlara bağlayarak katma değer elde edilen kalkınma yollarıdır. Kültür rotaları en sık karşılaşılan uygulamalardır ve kültürel bir kavram olan gastronomi rotaları son yıllarda pek çok turizm paydaşının dikkatini çekmektedir. Bir turist- gastronomi rotasının tasarımı rotanın inşasına ve daha sonra ticarileştirilmesine dayanmalı, rotayı kullanacak başvuru sahibi ile gastronomik ürünün tedarikçisi arasındaki ilişkiyi mümkün kılmalıdır (López, Guzmán Guzmán ve Sánchez

Cañizares, 2008). Gastronomi rotaları zengin bir gastronomik deneyime eklenmiş yiyeceklerin varoluş biçimlerini de kapsayan kültürel unsurların bütünleşmesidir (Ascanio, 2009). Gastronomi rotalarının en başlıca özelliği destinasyondaki gastronomik çekicilikleri bölgeye ait ürünler, tarih ve peyzajıyla birleştirmesidir.

Corigliano (2002) rota oluşturma yönetiminde iki değişkenin dikkate alınması gerektiğini belirtmektedir: a) bölgenin kaynakları ve b) kendine özgü belirteçleri (bölgenin ayırt edici kaynakları). Bu kaynaklar ve ürünler ziyaretçinin beklentisi ve motivasyonu ekseninde bölgenin sahip olduğu potansiyel bir turizm ürününe dönüştürülür. Bölgenin kaynakları ziyaretçinin hangi motivasyonuna hizmet edebilir? Bu kaynaklar arasında bölgeye özgü farklı bir özellik var mıdır? soruları bu potansiyeli ortaya koyarken cevaplanmalıdır. Bölgenin somut ve somut olmayan ürünleri ziyaretçinin deneyimi için bir güzergâh izlenerek sunulmalıdır. Rotalar ziyaretçinin bu ürünleri belli bir sıralama ve zamanlamayla deneyimlemesine yardımcı olmaktadır.

Bir gastronomi rotası oluşturulurken temelde dört farklı durumdan söz edilebilir (Cava Jimenez vd., 2022; Tregear, 2011). *Bölgeyle ilişkilendirilen ürünlerin varlığı*; örneğin Kapadokya şarabı Kapadokya bölgesiyle özdeşleştirilir. *Gastronomik ürünlerin aynı bölgede yer alması ya da turizm faaliyetlerinin gerçekleştirildiği alan içerisinde olması*; örneğin Kapadokya bölgesinde şarap, kabak çekirdeği ve köftür aynı bölgede farklı gastronomik ürünler olarak yer alır. *Bir ürünün birden fazla alanı kapsamaması*; örneğin Türkiye’de doğuda ve batıda tüm ülkeyi saran ve hatta Çin’e kadar varan uzunca bir alanı kaplayan İpek Yolu Rotası Kapadokya’dan da geçer. *Son olarak birden fazla unsur birden fazla bölgede bulunabilir*; örneğin şarap ve peynirin Trakya’da, Ege’de ve Doğu Anadolu’da var olması gibi. Bu örnekler Türkiye için düşünüldüğünde henüz istenilen sonuçlar alınmış değilse de bir rota oluşturmak için yeterlidir.

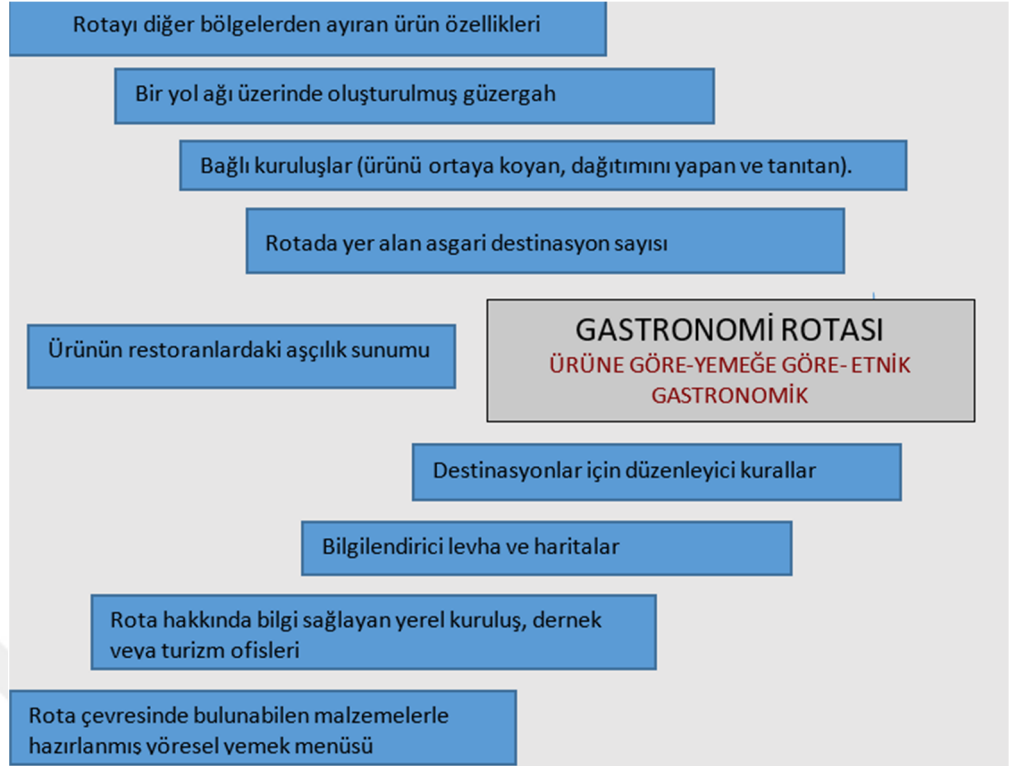
Gastronomi rotaları oluşturulurken öncelikle yöreye özgü ve kültürel açıdan önem taşıyan yöresel yiyecek ve içecek ürünleri tespit etmek gerekir. Bu ürünlere yerel spesiyalitelere, geleneksel yemekler ve yerel olarak üretilen şaraplar, biralar veya alkollü içkiler örnek verilebilir. Rota için bir anlatı geliştirmek adına bu ürünlerin tarihini ve kültürel önemini ortaya koymak gerekir. Bu anlatı üreticiler, gıdayı



çevreleyen kültürel gelenekler ve ürünlerin geliştirildiği tarihsel bağlam hakkındaki hikayeleri içerebilir. Ardından çiftlikler, bağlar, restoranlar, pazar yerleri ve marketler gibi yerel yiyecek ve içecek ürünlerinin üretimi ve tüketimi ile ilgili önemli konular belirlenmelidir. Son olarak ise mesafe, erişilebilirlik ve her durak için gereken süre gibi faktörleri dikkate alarak bu konuları birbirine bağlayan bir veya daha çok güzergahlar geliştirilmelidir (Cava Jimenez vd, 2022; Dancausa Millán vd., 2021).

Gastronomi rotaları ulusal veya uluslararası olabilir ve tema, içerik, bölge, kat edilen mesafe bakımından farklılık gösterebilir (Çakır ve Özbay,2021). Gastronomi rotaları çeşitli temellere dayanarak oluşturulabilir ( Dancausa Millán vd., 2021; Barrera, 2006). Bunlar;

- Ürün Bazında Gastronomi Rotaları: Zeytinyağı, peynir, şarap gibi belirli bir ürünün üretildiği yerleri ziyaret etmek için oluşturulmuş güzergâhlardır ve en sık kullanılan rota tipidir. Trakya bağ rotası gibi.
- Yemeğe Göre Gastronomi rotaları: Bu tür rotalar hazırlanmış bir yemek veya mutfak temelinde oluşturulmuş rotalardır. Yemek ve mutfak kültürü rota boyunca ana konudur. Gaziantep yemek rotası gibi.
- Etnik Gastronomi Rotaları: Bu tür rotalara yemek entegre edilse de ana unsur etnik bileşendir. Bu tür rotalarda genellikle göçmen halkın mutfak gelenekleri ana konudur. Brezilyadaki Portekiz yemekleri gibi.



**Şekil 2.1.**Gastronomik Rotanın Belirleyici Öğeleri

**Kaynak:** Dancausa Millán vd., 2021; Cava Jimenez vd., 2022

Bir gastronomi rotasının başarılı olabilmesi ve gelişmesi için, rotada deneyimlenebilecek yiyeceklerin restoranlarda üretilmesi, rotada yer alacak üretici sayısının fazlalığı ve rotada yer alan üreticilerin belirlenen kurallara bağlı olması gerekmektedir(Dancausa Millán vd., 2021).

Prieto ve Triana Valiente (2019) bir gastronomi rotasının inşasını yedi adıma ayırmıştır. Bunlar;

- Birinci Adım: Rotayı tanımlamak ve rotanın bir parçası olacak yerleri belirlemek.
- İkinci Adım: Mevcut olan ve turistler tarafından kullanılabilir mal, ürün ve hizmetlerin turizm ürünlerinin tespitini yapmak.
- Üçüncü Adım: Turistik yerleri, yani parkları, anıtları, kiliseleri, alışveriş merkezlerini, doğal alanları ve diğerlerini tanımlayın ve bir liste yapmak.

- Dördüncü Adım: Gastronomik ürünleri arz eden yerleri belirlemek ve bir listelemek. Örneğin: Fast food restoranları, tipik yemekler, yabancı yiyecekler, vejetaryen yemekler ve diğerleri.
- Beşinci Adım: Bu rotaya ait olan seçkin ürünlerin tarifini, hazırlanmasını ve sürecini tanımlamak.
- Altıncı Adım: Rotayı farklı alanlar ve sosyal ağlarda, bölgedeki radyo istasyonlarında tanıtmak.
- Yedinci Adım: Bölgenin parçası olan kişilerin rota hakkında bilgi sahibi olması için broşürler ve / veya posterler hazırlamak.

Prieto ve Triana Valiente (2019) gastronomi rotası oluşturma sürecinin aşamalarından da anlaşılacağı üzere gastronomi rotası oluşturmak bir kişi veya bir kurum ve kuruluşun görevi olmaktan çok, tüm paydaşların hep birlikte yükleneceği bir sorumluluktur.

Barrera (2013)' ya göre etkin bir koordinasyon ve hükümet desteğine sahip olması bir gastronomi rotasının başarılı olması için en önemli gerekliliklerden biridir. Ayrıca tedarikçi kitlesinin fazlalığı ve bu tedarikçilerin rotanın vadettiği çeşitli deneyimler sunması başarı için diğer gerekliliklerdir. Diğer önemli bir nokta ise rota paydaşlarının ürettiği ürünlerin (hediyelik eşyalar da dâhil), belirli kalite kriterleri ile belirlenmesi ve bu kriterlere uygun üretilmesidir. Oluşturulacak gastronomi rotalarının başarısı için en önemli faktör kapsayıcılığıdır.

## **2.7. Gastronomi Rotası Paydaşları**

Turizm rotalarında çok sayıda paydaştan bahsetmek mümkündür. Bu paydaşlar Corigliano (2002) tarafından iç ve dış aktörler şeklinde verilmektedir. Yerel makamlar, yerleşik nüfus ve yerel işletmeler iç aktörler grubunda yer alırken; turistler, tur operatörleri ve yatırımcılar vb. dış aktörler grubunda bulunmaktadır. Aynı zamanda bir rota, farklı maddi ve maddi olmayan bileşenler arasındaki etkileşimi içeren karmaşık bir turistik üründür. Bu bileşenler tesisler, hizmetler, çevre, yerel topluluklardır. Rotalar hem iç aktörleri birbirine bağlayan bir yoldur hem de turistik ürünü yönetmeyi sağlayan bir araçtır.

Gıda distribütörleri, etkinlik planlayıcıları, ulaşım şirketleri ve pazarlama ajansları gibi tedarikçiler ve hizmet sağlayıcılar rotanın sorunsuz çalışmasını sağlamak için lojistik destek ve uzmanlık sunarlar. Turizm organizasyonları, bölgesel ve yerel turizm kurulları, ziyaretçi merkezleri ve destinasyon pazarlama organizasyonları gastronomi rotasını turistlere ve ziyaretçilere tanıtmaktan sorumludur. Ayrıca pazarlama desteği sağlarlar, gıdayla ilgili etkinlikler düzenlerler ve paydaşlar arasında işbirliğini koordine etmeye yardımcı olurlar. Gastronomi rota paydaşları yiyecek ve içeceğin üretimi, satışı ve tüketimiyle ilgili rol oynayan çiftçiler, yerel turizm yetkilileri, dernek temsilcileri gibi tüm birey ve işletmelerden meydana gelebilir (Hribar vd., 2021). Corigliano (2002) başlıca gastronomi rotaları paydaşlarından aşağıdaki gibi ifade etmektedir;

**Yerel Lokantalar ve Kafeler:** Yöresel mutfağı yansıtan yemekler ve içecekler sergilenmesinde merkezi bir rol oynayan yerel lokanta ve kafeler aynı zamanda gastronomi ürününün en sık sergilendiği mekanlardır. Özel menüler hazırlayıp, yemek etkinlikleri düzenleyerek veya mutfak deneyimleri sunarak rotada ziyaretçi deneyimine katkıda bulunabilirler (Đurkin Badurina vd., 2023).

**Yiyecek ve İçecek Üreticileri:** Yerel çiftlikler, şarap imalathaneleri, bira fabrikaları ve geleneksel gıda üreticileri temel paydaşlar sayılabilir. Bir gastronomi rotasında bu üreticiler taze ve benzersiz içerikler, içecekler, yiyecekler ve diğer ürünlerin üretimini sağlayarak katkıda bulunurlar ( Björk ve Kauppinen-Räisänen, 2017).

**Konaklama Sektörü:** Bir diğer önemli paydaş konaklama sektörüdür. Bölgedeki oteller, tatil köyleri ve diğer konaklama tesisleri, gastronomi rotasına katılan ziyaretçilere geceleme sağlamaları açısından önemli paydaşlardır. Konaklama tesisleri yiyecek-içecek departmanlarını güçlendirerek gastronomi deneyiminde önemli rol oynayabilir. Ayrıca yemek paketleri sunarak veya yerel restoranları tanıtarak da işbirliği yapabilirler. Rota içinde yer alan noktalarda var olan konaklama imkânı eksikliği diğer hizmetlerin de eksikliğine sebep olacaktır. Ülkemizin ilk gastronomi rotalarından biri olan Trakya Bağ Rotasının en büyük eksikliklerinden biri konaklama yetersizliği ve hizmet kalitesi düşüklüğüdür (Ergüven vd., 2015; Fernandes ve Richards, 2021; Bertan, 2020).

**Devlet ve Düzenleyici Kurumlar:** Belediyeler, yerel yönetimler ve turizm departmanları gastronomi rotasının düzenlenmesi ve denetlenmesinde yer alan paydaşlardır. Rotanın geçiş güzergahına dair izinlerin verilmesi, sağlık ve güvenlik düzenlemelerini uygulanması ve altyapı iyileştirmeleri için kaynakların ayırılması bu kurumların sorumluluğundadır. Barrera ve Bringas (2008) hükümet ve yerel yönetimlerin gastronomi turizmini desteklemek ve geliştirmek için yapması gerekenleri şu şekilde sıramsıladır;

- *Yerel nişfusu, özdeş yiyeceklerin değeri konusunda duyarlı hale getirmek,*
- *Yiyecek kümeleri ve içecekler arasında turistlerle daha aktif bir bağlantı sağlamak ve bu bağı kullanmak için turistleri teşvik etmek,*
- *Unutulmaz turizm ürünleri geliştirmek,*
- *Gıda güvenliğini ve gıda teklifin gerçekliğini garanti eden teklif için bir kalite sistemi oluşturmak,*
- *Kimliği olan gıdalar için menşe ve koruma önlemlerinde referans verilen kaliteli markalar geliştirmek,*
- *Rota ağrışımları oluşturmak ve geliştirmek,*
- *Tasarım ve bir yatırım planı ile bir stratejik plan oluşturmak ve uygulamak (uygulatmak),*
- *Kaynakların dokümanını oluşturmak,*

Gastronomi rotaları, hükümet ve yerel yönetimlerin, özel sektörün başarılı olması için elverişli koşullar yaratmasını gerektiren birleştirici ve sürdürülebilir iş stratejileridir.

**Kültürel ve Tarihi Kurumlar:** Müzeler, kültür merkezleri ve tarihi yerler genellikle yerel mutfak ve mutfak gelenekleriyle bağlantılıdır. Bölgenin gastronomik mirasını keşfeden eğitim programları, sergiler veya rehberli turlarının organize edilmesi bu kurumlar tarafından sağlanabilir.

**Yerel Topluluklar:** Kültürel bir olgu olarak gastronomi ürününün temelinde insan vardır. Yerel halk ve topluluk kuruluşları, gastronomi rotasının  zg nl ğine ve sürdürülebilirliğine katkıda buldukları için önemli paydaşlardır. Yemek festivalleri düzenlenmesi, yerel yemek geleneklerinin sürdürülmesi ve katılımlarının sağlanması yerel toplulukların paydaş olarak aldığı rollerin başında gelir (Barrera, 2013).

**Tour operatörleri ve seyahat acenteleri:** Gastronomi turizmi rotaları niş bir pazara hitap etmektedir. Bu açıdan tur operatörleri ve seyahat acenteleri bu ürünleri talep edene yönelik paket turlar hazırlayıp pazarlamasını sağlarlar. Rotaların doğru hedef kitleye tanıtılması ve ziyaret edilmesi için turların satışının yapılması bu aktörlerin başlıca görevidir.

Duarte Alonso (2016) *Jumilla Gastronomi Günleri* üzerine yaptığı çalışmada yerel işletmelerin ve gıda yetiştiricilerinin katkısı sayesinde mutfak etkinlikleri uzun vadeli sürdürülebilirlik ve çok çeşitli paydaşlara fayda sağlayabileceğini belirtmektedir. İşbirliğinin önemini vurgulandığı çalışmada 2015'te 10.'su düzenlenen Gastronomi Günleri'nin hayatta kalması, farklı yerel paydaşlar arasındaki işbirlikçi ilişkilerin uzun vadede bir mutfak etkinliğini sürdürmek için hayati önem taşıdığını göstermektedir. Buradan hareketle paydaşların, bölgenin gastronomi özelliklerini ve olanaklarını vurgulayan, turizmi destekleyen ve genel ziyaretçi deneyimini geliştiren bir gastronomi rotası oluşturmak için işbirliği yapmaları gerektiği söylenebilir. Birkaç başarılı işletmeden oluşan paydaşlar ile oluşturulan gastronomi rotalarının başarılı olması oldukça zordur. Başarılı olmak için tasarlanan bir gastronomi rotasına, yerel üreticiler ve topluluklar da dahil edilmelidir (Barrera, 2013). Bölgenin yerel mutfak ürünlerini kapsayacak şekilde oluşturulmuş, standartlar ile korunan, tüm paydaşların amaç birlikteliği yaptığı tanıtımı ve yönlendirmeleri yapılan bir rota, kapsadığı bölgeye fayda sağlayacaktır.

## **2.8. Dünyada Gastronomi Rotası Örnekleri**

Birçok ülke ve şehir, benzersiz bir gastronomi kültürüne sahiptir ve turistler tarafından sık sık ziyaret edilmektedir. Ancak, bazıları diğerlerinden daha popüler ve beğenilen seçenekler olarak öne çıkmaktadır. Örneğin İtalyan mutfağı dünya çapında büyük bir üne sahip ve İtalya'nın farklı bölgeleri arasında da büyük farklılıklar vardır. Napoli'de pizza, Bologna'da tortellini, Floransa'da steak, Sicilya'da deniz ürünleri gibi öne çıkan yemekler ve yerler var. Fransız mutfağı, dünya çapında en iyilerden birisi olarak kabul edilmektedir. Özellikle Paris, Michelin yıldızlı restoranları, pastaneleri, şarapları, peynirleri ve yerel lezzetleriyle ünlüdür (Camillo ve Di Pietro, 2015; Lane, 2011; Parasecoli, 2004).

Japon mutfağı, taze ve kaliteli malzemelerin kullanımı, mükemmel sunum ve minimalizmi ile ünlüdür. Özellikle Tokyo sushileri, ramenleri ve wagyu eti gibi lezzetleriyle ünlüdür. Peru mutfağı, yerel malzemelerin kullanımı ve And Dağları, Amazon Ormanları ve Pasifik Okyanusu'nun çeşitliliği sayesinde çok çeşitli yemekler sunar (Istana Trahutami, 2020; Tikhotskaya ve Velichko, 2021). Lima'daki Central Restoran, Latin Amerika'nın en iyi restoranları arasında yer alır. İspanya, dünya çapında tanınan bir gastronomi kültürüne sahiptir ve birçok popüler gastronomik rotaya ev sahipliği yapar. San Sebastian ve Barcelona, en iyi yemeklerin sunulduğu restoranlarıyla ünlüdür.

Avrupa Konseyi Kültür Rotaları programı bu çalışmanın gerçekleştirildiği tarihlerde kırk sekiz kültür rotası derlemiştir. Programın sunduğu bu rotalar gezginlere dinlenme ve öğrenme imkânıyla birlikte sorumlu turizm ve sürdürülebilir kalkınma için önemli katkılar sağlamaktadır (Council of Europe, 2023). Kültür Rotaları Programında mimari, peyzaj, inanç, gastronomi, somut olmayan kültürel miras, sanat, müzik ve edebiyat gibi pek çok farklı temada rotalar bulunmaktadır.

Iter Vitis Route ismindeki Avrupa Kültür Rotası bağcılık kültürü ve şarapçılık temasıyla yirmi üç ülkenin ortak paydasında oluşturulmuş önemli bir gastronomi rotasıdır (*Iter Vitis Route - Cultural Routes*). Bir diğer Avrupa Kültür Rotası ise Türkiye'nin de aralarında bulunduğu on beş Avrupa ülkesinin aynı mirası paylaştığı Tarihi Kafeler Rotası'dır.

Her ne kadar bölgelerin gastronomik zenginliği biliniyor olsa da, bir rota oluşturularak katma değer yaratılan destinasyonlar sınırlı sayıdadır. Bölümün bu noktasından sonra dünyada gastronomi rotalarına bazı örnekler verilmektedir.

### **2.8.1. İspanya Gastronomi Rotaları**

İspanya ve İtalya gastronomi ürünlerinin Akdeniz bölgesinde en iyi pazarlandığı ve tüketildiği ülkelerin başında gelmektedir. İspanya, dünya gastronomi haritasında önemli bir yere sahiptir. İspanya'daki gastronomi turizmi son yıllarda büyük bir ivme kazanmıştır. İspanya, geleneksel lezzetlerin yanı sıra modern mutfağı da keşfetmek

isteyen ziyaretçiler için birçok seçenek sunar. Bu gastronomik zenginliğin deneyimlenmesi için oluşturulmuş rotalar bulunmaktadır.

İspanya şarap rotalarının kökeni tam olarak bilinmese de 1970'li yıllarda tasarlanan La Rioja'da turizm rotalarına bağ alanları ve şarap imalathanelerinin basitçe eklenmesi olarak kabul edilmektedir. Yeterince bilgi sahibi olmayan, yalnızca kırsal alanları kapsayan şarap rotaları 1994 yılında ACEVIN ( İspanya Şarap Şehirleri Birliği) kurulması ile birlikte daha hızlı ve profesyonelce oluşturulmaya başlamıştır. ACEVIN'in kuruluş amacı şarap rotalarının yapılandırılması, farklı rotalar arasında koordinasyon sağlamak ve ülkenin sahip olduğu şarap geleneğini kullanarak farklı yerel kültür ürünlerinin kaliteli bir şekilde sunumunu sağlayacak turizm ürünü oluşturmaktır. İspanya hükümeti 2000 yılında "İspanya Şarap Rotaları" oluşturulmasını da kapsayan ve turizm ürünlerinin kalitesinin geliştirilmesini amaçlayan Turizm Kalite planını kabul ederek şarap ve gastronomi rotalarını ulusal eylem haline getirmiştir (Martínez-Falcó vd., 2023). 2023 yılı itibarıyla İspanya'da 36 şarap rotası bulunmaktadır (WinerouteofSpain, 2023).

İspanya Bask Bölgesi'nde bulunan Txakoli Rotası Bilbao şehrine yaklaşık 20 kilometre uzaklıkta Aiaraldea'den başlar ve Artziniega, Ayala, Llodio, Okondo, Amurrio ve Orduña gibi çok sayıda çekici kasaba ve köyü içerir. Bölge, mutfak mirası ve geleneksel ürün zenginliği ile tanınır. "Txakoli" olarak bilinen üzümden elde edilen şarap (9. yüzyıldan beri üretiliyor) ve bölgeye dağılmış mükemmel şarap imalathaneleri yer alıyor (SpainInfo, 2023b). Rota ayrıca bir dizi güzel manzaraya ev sahipliği yapmaktadır.

Coğrafi işaretli şaraplarıyla ünlü La Rioja bölgesinde çok sayıda şarap rotası bulunmaktadır. Rioja 1970'li yıllardan beri şarap rotalarının mevcut olduğu bir bölgedir (López-Guzmán vd., 2014). Ribeiro, Rioja Oriental, Rioja Alta, Rioja Alavesa rotaları İspanya resmi turizm tanıtım web sitesinde yer verilen rotalardan bazılarıdır (SpainInfo, 2023a). İspanya'nın kuzeyinde bulunan Rioja bölgesi dünyaca bilinen şarapların üretildiği önemli bir destinasyondur. López-Guzmán ve diğerleri (2014) yaptıkları çalışmada İspanya'da resmi olarak 18 şarap rotası bulunduğunu belirtmektedir. Bunlar; Bierzo, Bullas, Campo de Borja, Jumilla, Lleida-Costers del



Segre, Marco de Jerez, Montilla-Moriles, Navarra, Penedés, Rías Baixas, Ribera del Duero, Ribera del Guadiana, Rioja Alavesa, Rioja Alta, Serranía de Ronda, Somontano, Utiel-Requena ve Yecla rotaları olarak verilmektedir.

İspanya da bulunan on dört şarap bölgesi 2018 yılında 2.115.300 kişi tarafından ziyaret edilmiştir. Bu ziyaretçilerden konaklama yapmayanlar günlük yaklaşık 68 Euro harcama yaparken konaklama yapanlar ise 250 Euro civarı günlük harcama yapmaktadır. Bu rotaları ziyaret eden ziyaretçilerden % 58,3'nün ziyaret motivasyonu gastronomi rotaları ve şaraptır (Dancausa Milla'n vd., 2021). Yukarıdaki verilerin ışığında İspanya gastronomi rotalarını başarılı bir şekilde geliştiren ülkelerin başında yer almaktadır.

### **2.8.2. İtalya Gastronomi Rotaları**

İtalya, dünyanın en önemli şarap üreticilerinden biridir (Statista, 2021) ve şarap rotalarıyla ünlüdür. Ülkede baştan aşağı ziyaretçiler için bölgelerin keşfini, ünlü şarapların tadımının yapılmasını sağlayan çok sayıda şarap rotası bulunmaktadır.

Toskana bölgesi İtalya'nın şarap konusunda önde gelen coğrafyasıdır. Bölgede önemli şarap rotaları arasında Chianti Classico, Etruscan, Maremma ve Brunello di Montalcino Rotaları bulunmaktadır. Avrupa'da pek çok şarap coğrafi işaretle tescillenmiş bulunmaktadır(Bernetti vd., 2006). Chianti ve Brunello di Montalcino da coğrafi işaretli şaraplardır.

### **2.8.3. Kuzey Amerika Gastronomi Rotaları**

California bölgesi Kuzey Amerika'da bağcılığın en iyi şekilde yapıldığı yerlerin başında gelmektedir. ABD'nin California bölgesinde şarap denilince akla ilkin Napa ve Sonoma vadileri gelmektedir. Sonoma'da şarap imalathaneleri, kaplıcalar, restoranlar, butik oteller ve mağazaların ziyaret edilebileceği rotalar bulunmaktadır (SonomaCounty, 2023). Sonoma yakınlarında bulunan Napa Vadisi de ABD sınırları içerisinde bulunan bir diğer önemli şarap üretim bölgesidir (Napa Valley Appellations, 2023). Yüzlerce imalathane bulunan Napa Vadisinde 40 civarı farklı üzüm türü yetiştirilmekte ve 16 farklı şarap American Viticultural Area AVA (teruarı) bulunmaktadır.

Kanada'da Niagara yiyecek ve şarap turizmi için önemli bir potansiyele sahiptir (Telfer, 2001). Bölgede 97 şaraphane bulunmaktadır (Niagara Economic Development, 2023). Kanada turizmi için önemli turizm ürünü olarak değerlendirilen bu rotalar günümüzde milyonlarca kişi tarafından kullanılmaktadır.

#### **2.8.4. Güney Amerika Gastronomi Rotaları**

Güney Amerika, turistlerin keşfetmesi için çok çeşitli gastronomi turizmi rotaları sunan bir bölgedir.

*Peru Gastronomi Rotası* zengin mutfak mirasıyla tanınan Peru'da, Peru Gastronomi Rotası, ziyaretçilerin ülkenin geleneksel yemeklerini ve pişirme tekniklerini deneyimlemelerine olanak tanır (Cuba, 2020). Rota, Lima, Cusco ve Arequipa gibi şehirleri kapsar ve yerel pazarlara, restoranlara ve yemek kurslarına ziyaretleri içerir.

*Arjantin Şarap Rotası*: Arjantin, dünyanın en büyük şarap üreticilerinden biridir ve Arjantin Şarap Rotası, ziyaretçilerine ülkenin Mendoza ve Salta gibi şarap bölgelerini keşfetme şansı sunar (Rainer, 2016). Güzergahlar, şarap imalathanelerine, üzüm bağlarına ve şarap tadımlarına ziyaretleri içerir.

*Brezilya Kahve Rotası*: Brezilya, dünyanın en büyük kahve üreticisidir ve Brezilya Kahve Rotası, ziyaretçilerin ülkenin kahve kültürü ve tarihi hakkında bilgi edinmelerine olanak tanır. Rota, São Paulo, Minas Gerais ve Paraná gibi şehirleri kapsar ve kahve tarlaları, manastırlar ve kahve dükkanlarına yapılan ziyaretleri içerir (Foodandroad, 2023).

*Şili Deniz Ürünleri Rotası*: Şili, taze deniz ürünleri ile tanınır ve Şili Deniz Ürünleri Rotası, ziyaretçilerine ülkenin en iyi yemeklerinden bazılarını tatma şansı sunar. Rota, Santiago, Valparaíso ve Chiloé gibi şehirleri kapsar ve yerel pazarlara, deniz ürünleri restoranlarına ve yemek pişirme kurslarına ziyaretleri içerir. Ayrıca ülkede Güney Amerika'nın en çok beğenilen şaraplarının tadılabileceği şarap rotaları da bulunmaktadır. (Hojman ve Hunter-Jones, 2012).

*Ekvador Çikolata Rotası*: Ekvador, yüksek kaliteli çikolatasıyla ünlüdür ve Ekvador Çikolata Rotası, ziyaretçilerin ülkenin çikolata yapım geleneklerini öğrenmelerine

olanak tanır. Rota, Quito, Cuenca ve Guayaquil gibi şehirleri kapsar ve kakao tarlalarına, çikolata fabrikalarına ve çikolata tadımlarına ziyaretleri içerir (Santafe-Troncoso ve Loring, 2020).

### **2.8.5. Güney Afrika Gastronomi Rotaları**

Dünyada şarap rotaları açısından en çok bilinen bölge olarak Güney Afrika ve Kanada Niagara işaret edilmektedir (Erşen, 2017; Telfer, 2001). Şarap geleneği 17-18. yy. içerisinde başlayan Stellenbosch'da 200'den fazla şarap ve üzüm üreticisini temsil eden rotalar bulunmaktadır. Stellenbosch bölgede 1971 yılından şarabın bir turizm ürünü olarak rotalar aracılığıyla sunulduğu ilk yerleşimdir (*Stellenbosch Wine Routes*, 2023). Burada şarabın üretim stilleri, iklim ve coğrafi konum açısından farklılaşan 5 alt rota bulunmaktadır.

Bruwer (2003) Güney Afrika'daki şarap rotaları üzerine yaptığı çalışmasında Stellenbosch başta olmak üzere 16 farklı rotadan bahsetmektedir. Bunlar çalışmada toplanan veri büyüklüğüne göre şu şekilde sıralanmıştır: Stellenbosch, Paarl, Franschhoek, Worcester, Helderberg, Robertson, Elgin/WalkerBay, Klein Karoo, Olifants River, Swartland, Wellington, Durbanville, Constantia, Orange River, Kuils River, Bottelary rotaları.

## **2.9. Türkiye'de Rota Örnekleri**

Gastronomi rotaları kavramı Türkiye'de oldukça yeni bir kavram olup son yıllarda konu ile ilgili yapılan çalışmalar artmıştır. Türkiye'de var olan gastronomi rotalarından örnekler aşağıda verilmiştir.

### **2.9.1. Trakya Şarap Rotası**

Trakya Şarap Rotası, Türkiye'nin Avrupa kısmına yayılmış 4 ayrı şarap rotasını birleştiren, ülkedeki en eski şarap rotasıdır ve hepsi İstanbul'dan sadece kısa bir sürüş mesafesinde olan bir günlük tur için uygun bir güzergahtır (*terroirjourney.com*, 2023). Bağcılığın tarihi çok eski çağlara dayanan Trakya bölgesindeki rota şarap üreticilerini ve ziyaretçilerini Kırklareli, Tekirdağ, Şarköy ve Gelibolu yerleşimlerinde bir araya getirir (Akdağ, 2015; *goturkiye.com*, 2023). Bu rota, ziyaretçilere yerel üzüm bağlarını,

şarap imalathanelerini ve tadım noktalarını ziyaret etmenin yanı sıra bölgenin şarapçılık tarihi ve kültürü hakkında bilgi edinme fırsatı sunmaktadır.

### **2.9.2. Kızılırmak Rotası**

Kızılırmak gastronomi rotası, ziyaretçileri Türkiye'deki Kızılırmak Nehri havzasının çeşitli mutfağı ve geleneksel yemekleri arasında gezdiren bir mutfak yolculuğudur. Kızılırmak, Türkiye'nin en uzun nehridir ve havzası, Kırşehir, Kırıkkale, Çankırı ve Yozgat gibi birçok il dahil olmak üzere Orta Anadolu'nun geniş bir alanını kapsar. Gastronomi rotası, pastırma (kuru et), sucuk (acılı sucuk), mantı (mantı), keşkek (bir çeşit et ve buğday yemeğı) ve çökelek gibi bölgenin eşsiz mutfak mirasını ve yöresel gıda ürünlerini tanıtmayı amaçlıyor (gastronomiyolu.com, 2023). Ziyaretçiler ayrıca kavun, kiraz, kayısı, ceviz ve balkabağı gibi yerel meyvelerin, kuruyemişlerin ve sebzelerin tadına bakabilir. Rota ayrıca, ziyaretçilerin geleneksel gıda üretim yöntemlerini görebilecekleri ve ürünleri tadabilecekleri yerel gıda üreticileri ve pazarlarına ziyaretleri de içeriyor. Ayrıca ziyaretçiler, geleneksel yemeklerin nasıl hazırlanacağını öğrenmek için yemek kurslarına ve atölyelere katılabilirler

### **2.9.3. Anadolu Zeytin ve Zeytinyağı Yemekler Rotası**

Zeytinyağı Rotası, 2007 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından oluşturulmuş Türkiye'de resmi bir gastronomi rotasıdır. Rota, Aydın, İzmir, İzmir, Muğla, Balıkesir, Çanakkale, Adana, Mersin, Hatay ve Antalya. Rota, Türkiye'deki zeytinyağı üretiminin kültürel ve tarihi mirasının yanı sıra bölgelerin gastronomi ve turizm potansiyelini tanıtmayı amaçlıyor (Özkaya vd., 2018). Ziyaretçiler, zeytinyağı tadımı, zeytinyağı fabrikaları ziyaretleri, atölyeler ve yemek kursları gibi çeşitli etkinliklerin yanı sıra kültürel ve tarihi gezilere katılabilirler.

### **2.9.4. Kars Peynir Rotası**

Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı ve Anadolu Efes işbirliği ile yürütülen “ Gelecek Turizmde” projesi kapsamında oluşturulmuştur. Kars ilinde bulunan birçok kamu ve özel kurum-kuruluş destek vermiş ve Türkiye'nin ilk peynir rotasıdır. Peynir etrafında şekillenmiş, unutulmaya yüz tutmuş yerel mutfak unsurlarını turizme kazandırmayı amaçlamaktadır. Kars il merkezi, Sarıkamış ilçesi, Boğatepe, Yanatlı ve Bozyiğit

köylerini kapsamaktadır. Rota üzerinde ziyaret edilebilecek dört peynir işletmesi ve iki peynir müzesi bulunmaktadır. Rotayı kullanan ziyaretçiler kaz eti, bal, erişte, tereyağı, kurutulmuş et, saçak peyniri, çakmak peyniri gibi diğer yerel mutfak ürünlerini deneyimleyebilmektedir ( Karspeynirrotasi, 2023)

## 2.10. Coğrafi Bilgi Sitemi Kavramı

Yer kürenin daha iyi anlaşılmasını ve dağlardan, platolardan, vadilerden oluşan yer kürenin düz bir kağıda aktarılmasına olanak tanıyan (Değerliyurt ve Çabuk, 2015) Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS) coğrafi bilgileri işlemek, analiz etmek, depolamak ve görüntülemek için kullanılan bilgisayarlı bir sistemdir. Arazi kullanım planlaması, çevre yönetimi, ulaşım ve şehir tesisleri gibi çeşitli alanlarda karar vermeyi desteklemek için coğrafi olarak referans verilen verilerin girilmesini, saklanmasını, işlenmesini, analiz edilmesini ve üretilmesini içermektedir (Arkum ve Marwoto, 2022; Bai ve Pan,2022; Zhang, Lin ve Chang, 2018).

Bir sistemi CBS olarak tanımayabilmek için belirli işlevlerinin bulunması gerekmektedir (Köktürk,2003). Bu işlevler; *verilerin saptanması, verilerin işlenmesi, verilerin tutulması, verilerin yönetimin arama ve sorgulama yapma olanaklarını verilerin dönüştürülmesi, analizler yapma, modelleme yapılmasını görselleştirmeyi sağlamadır.*

Bilgisayarlaşmış haritalama teknolojisi olan ve bilgileri haritaya çeviren CBS (Fidan, 2009) bileşenleri, sistemin işlevselliğine ve etkinliğine katkıda bulunan çeşitli unsurları kapsar. Bu bileşenler şunları içermektedir:

- **Veri Toplama:** Bu bileşen, uydu görüntüleri, hava fotoğrafları, anketler ve sensör ağları gibi çeşitli kaynaklardan mekânsal olarak referans alınan verilerin toplanmasını içerir (Aghasi, 2019 ; Gómez-Barrón vd., 2019) .
- **Veri Depolama:** CBS, büyük hacimli mekânsal verileri depolamak ve yönetmek için sağlam bir veri depolama altyapısı gerektirir. Bu, tipik olarak, uzamsal veri biçimlerini verimli bir şekilde işleyebilen veri tabanlarını veya dosya tabanlı sistemleri içerir (Aghasi, 2019; Hanson ve Heron, 2008).

- Veri Analizi: CBS, anlamlı iç görüler elde etmek için mekânsal verilerin analiz edilmesini ve işlenmesini sağlar. Bu bileşen, mekânsal sorgulama, mekânsal istatistikler, jeoistatistik ve mekânsal modelleme gibi çeşitli analitik teknikleri içerir (Aghasi, 2019; Chang, Mamonov vd., 2020; Michels, Cottenie vd., 2001).
- Veri Görselleştirme: CBS, mekansal verileri haritalar, çizelgeler ve grafikler biçiminde görselleştirmek için araçlar sağlar. Görselleştirme teknikleri, kullanıcıların mekansal örüntüleri ve ilişkileri anlamalarına ve yorumlamalarına yardımcı olur (Aghasi, 2019; Chang vd., 2020; Hanson ve Heron, 2008; Hidayah, Rohman vd., 2022; Michels vd, 2001).
- Veri Sunumu: CBS, konumsal verilerin ve analiz sonuçlarının kullanıcıların anlayabileceği ve erişebileceği bir formatta sunulmasına olanak sağlar. Bu, etkileşimli haritaları, raporları ve panoları içerebilir (Chang vd, 2020; Gómez-Barrón vd., 2019; Hanson ve Heron, 2008) .
- Veri Entegrasyonu: GIS sistemleri, mekânsal bilgilerin kapsamlı bir görünümünü sağlamak için genellikle birden fazla kaynaktan ve formattan gelen verileri entegre eder. Bu entegrasyon, farklı sensörlerden, veri tabanlarından ve dosya formatlarından gelen verilerin entegre edilmesini içerebilir (Vakulenko ve Kravets, 2021; Yavorska, Hevko vd., 2019).

Genel olarak, bu bileşenler, çeşitli alanlarda karar verme, analiz ve problem çözme amaçları için coğrafi bilgilerin etkili bir şekilde kullanılmasını sağlamak için birlikte çalışmaktadır (Aghasi, 2019; Chang vd. , 2020; Gómez-Barrón vd, 2019; Hanson ve Heron, 2008; Hidayah vd, 2022; Michels vd, 2001).

Genel olarak, CBS, karar verme ve problem çözme amaçları için coğrafi bilgilerin etkili bir şekilde kullanılmasına olanak sağlayan hayati bir araçtır. Coğrafi bilgi sistemleri (CBS) çeşitli sektör ve endüstrilerde kullanılmaktadır. Bunlar şunları içerir:

- Halk Sağlığı: CBS teknolojisi, halk sağlığı uygulamalarında giderek daha fazla kullanılmakta olup, karar vermeyi bilgilendirmek ve sonuçları iyileştirmek için

sağlıkla ilgili verilerin analizini ve görselleştirilmesini kolaylaştırmaktadır (Bazemore vd, 2011) .

- Turizm: CBS, turistik destinasyonlarla ilgili mekansal bilgileri analiz ederek ve sunarak planlama, yönetim ve pazarlama stratejilerini geliştirmek için turizm endüstrisinde kullanılır (Ke-xin ve Zeng, 2022) .
- Altyapı Yönetimi: CBS, atık su arıtma tesisleri ve otoyollar gibi altyapı yönetiminde önemli bir rol oynayarak verimli veri organizasyonu, analizi ve karar vermeyi sağlar.(Idris, Suratman vd, 2021; Yılmaz, Özkan ve Gülgen, 2021) .
- Ulusal Güvenlik: CBS teknolojisi, ulusal güvenlik girişimlerinde kullanılarak mekânsal analiz, tehdit değerlendirmesi ve durumsal farkındalık için araçlar sağlar (Semenchuk, 2021) .
- Şehir Planlaması: CBS, karar alma süreçlerine katkıda bulunmak için vatandaşlar ve sivil toplum kuruluşları için mekânsal bilgi altyapısı ve araçları sağlayarak katılımcı şehir planlamasını destekler (Indrajit, Van Loenen vd., 2019) .
- Tarım: CBS, doğal kaynakları yönetmeye, risk faktörlerini izlemeye ve tarım operasyonlarını optimize etmeye yardımcı olduğu tarım sektörü için çok uygundur (Serbu vd., 2013).
- Çevresel Değerlendirme: CBS, insan faaliyetlerinin çevre üzerindeki etkisiyle ilgili verileri analiz etmek ve görselleştirmek için çevresel değerlendirmelerde kullanılır (Hanson ve Heron, 2008) .
- Felakete Müdahale ve Kurtarma: CBS teknolojisi, acil durum müdahalesi, hasar değerlendirmesi ve kurtarma çabaları için gerçek zamanlı mekansal bilgi sağlayarak afet yönetimine yardımcı olur (Hanson ve Heron, 2008) .

Bu sektörler, CBS'nin yoğun olarak kullanıldığı sektörlerden sadece birkaçına örnektir. CBS'nin çok yönlülüğü ve uygulanabilirliği, onu çeşitli alanlarda değerli bir araç haline getirerek, veriye dayalı karar verme ve mekânsal analize olanak tanır.

Yukarıda da belirtildiği gibi CBS'ni kullanan sektörlerden biriside turizmdir. Turizm sektöründe CBS kullanımı her geçen yıl artmaktadır. Turizm sektöründe CBS'nin kullanıldığı alanlar aşağıda açıklanmaktadır.

- Yeterli Turizm Politikalarının Geliştirilmesi: CBS, bir bölgenin kültürel, doğal, beşeri ve ekonomik kaynaklarını kullanarak turizm politikalarının geliştirilmesine yardımcı olur (Lucia, Paziienza ve Balena ,2021) .
- Mekansal ve Zamansal Analiz: CBS tabanlı çerçeveler, belirli bölgelerdeki maratonların evrimi gibi turizmle ilgili olaylardaki zamansal ve mekansal kalıpların analizini sağlar (Zuo, Zou vd., 2019).
- Turizm Planlaması ve Yer Seçimi: CBS, en uygun yerleri belirleyerek ve seyahat modellerini ve turistik yerlerin pazar potansiyellerini görselleştirerek turizm planlamasına yardımcı olur (Qeed, Bazazo vd., 2010; Khattab ve El-Sayed, 2021) .
- Turizm Pazarlaması ve Yönetimi: CBS, sürdürülebilir turizm pazarlaması uygulamaları için değerli bilgiler sağlar ve turist dağıtımını yönetmeye yardımcı olur (Cimbaljević, Demirović vd., 2019; Janjua, Krishnapillai vd., 2022) .
- Turizm Karar Verme Desteği: CBS, coğrafi koşullar hakkında güvenilir bilgi sağlayarak ve turizm faaliyetlerinin seçimine ve yönetimine yardımcı olarak turizm endüstrisinde karar vermeyi destekler (Aji ve Sukmasetya, 2022; Singh, 2015).

Genel olarak CBS genel turist deneyimin geliştirmek için değerli bir araçtır denilebilir. Turizm sektörü, CBS teknolojisinden yararlanarak, sürdürülebilir



turizm gelişimine yol açan gelişmiş planlama, pazarlama stratejileri ve karar verme süreçlerinden yararlanabilir.



## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### YÖNTEM VE BULGULAR

Bu bölümde öncelikle araştırmanın konusu, amacı ve önemi açıklanmış, araştırmanın sınırlılıkları ve kapsamı hakkında bilgi verilmiştir. Daha sonra araştırma kapsamında Kapadokya bölgesi mutfak kültürüne ait ürünlerin değerlendirme kriterlerine ve değerlendirme sonuçlarına yer verilmiştir. Çalışmanın ilerleyen bölümünde belirlenen gastronomik ürünlerin satış ve sunumunu yapan ticari işletmeleri birbirine bağlayan rotalar oluşturulmuş, elde edilen sonuçlar tartışılmıştır.

#### 3.1. Araştırmanın Konusu, Amacı ve Önemi

20. yüzyılın son yarısından itibaren turistlerin yiyecekler ile ilgili algılarında yapısal değişiklikler meydana gelmiştir. Daha önce yerel tatlar ve kendilerine yabancı yiyecekler ile ilgilenmeyen turistler, günümüzde yerel tatlar ve renklerle daha fazla ilgilenerek derin bir kültürel deneyim yaşama peşindedirler. Tarihsel ve kültürel doğası ele alındığında gıda, sadece turist deneyimini kolaylaştırıcı bir unsur değil, turizm kaynağı olarak tasavvur edilebilir. Turizm faaliyetleri, gıdaya kendini farklılaştırma imkânı sağlarken, gıda da turizme yeni ürünler üretme, mevsimselliği yok etme ve turistik arzı genişletme imkânı sağlamaktadır ( Rojas, 2015; Barrera ve Bringas, 2008). Turizm faaliyetleri, gastronomi zincirinde yer alan üreticilerin ürettiklerine ve emeğine değer katmaktadır. Bu değer, turistin yerel kültürü tanımasını sağlamaktadır.

Belirli bir bölgeye veya kültüre özgü yemek, pişirme teknikleri, tatlar, malzemeler ve tarifleri kapsayan *yerel mutfak* kavramı, o bölgenin veya kültürün kültürel kimliğini tanımlamada önemli bir rol oynamaktadır. Bir topluluğun tarihine, geleneklerine ve yaşam tarzına bakmak için bir pencere sağlarken, özgünlüğü ve belirli bir yerle bağlantısı nedeniyle değerlidir. Gastronomi turizminin yükselişi ile birlikte yerel

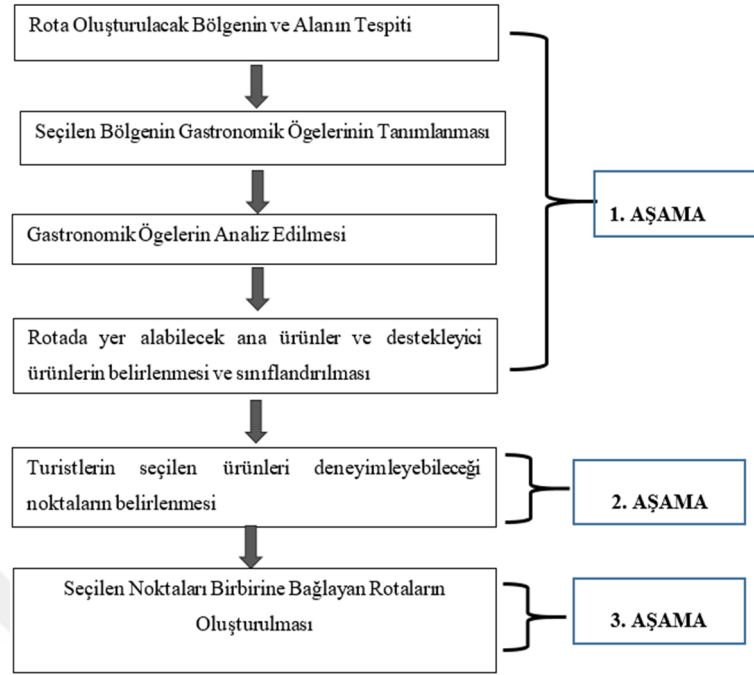
turizm ekonomisinde önemli bir rol oynayan yerel mutfak kültürü (Ma, 2023), destinasyonun bir simgesi olarak kalmayıp, turistlerin zengin bir duygusal deneyim yaşamalarını sağlamaktadır. Ziyaretçilerin yerel mutfak kültürüne olan bu ilgisi, harcamalar, destinasyon sadakati, destinasyon seçimi ve turist memnuniyeti üzerinde olumlu etkilere sahiptir (Üzülmez, 2021; Ramkissoon ve Uysal, 2011). Ziyaretçilerin bu deneyimi yaşayabilmeleri için yiyecek üreticileri, özellikle yerel ürünlerin üretimi ve sunumu açısından çok önemlidir. Bununla birlikte bu işletmelerin yer aldığı gastronomi rotaları da ziyaretçilerin özgün destinasyon deneyimi elde etme noktasında önemli bir görev üstlenmektedir.

Rota kavramı, “belirli bir hedefe ulaşmak için takip edilecek yol güzergâh” olarak tanımlanabilir. Ziyaretçilerin yerel mutfak unsurlarını deneyimleyebileceği noktaları birbirine bağlayarak oluşturulmuş rotalar ise gastronomi rotaları olarak tanımlanabilir. Bir destinasyonun yerel mutfak ürünlerini, mutfak geleneklerini ve özgün bir gastronomi deneyimi yaşatmak için tasarlanan gastronomi rotaları, gastronomi turizmi açısından çok önemlidir. Destinasyonun yerel gıda üreticilerini, şaraphane ve bağlarını, yerel pazarlarını, restoranlarını ve müzelerini içeren bu rotalar, destinasyondaki gastronomi turizminin gelişimine katkıda bulunmaktadır. Bir toplumun veya kültürün yerel mutfak kültürünü deneyimlemek için oluşturulan gastronomi rotalarının sosyal, kültürel ve ekonomik faydaları yapılan birçok araştırma ile kanıtlanmıştır. Gastronomi rotaları, ziyaretçilere benzersiz deneyim sunmasının yanında, kişi başı harcamanın artması, destinasyonun ekonomik büyümesine ve sürdürülebilirliğine katkı sunması ve yerel mutfak kültürünün korunmasını sağlaması gibi faydaları bulunmaktadır. Ayrıca ziyaretçilerin bölgede kalış sürelerini uzatmakta ve kırsal alanlara turizm faaliyetinin yayılmasını sağlamaktadır. Gastronomi rotalarının en önemli faydalarından biri de ziyaretçiler için seyahat zamanını en aza indirerek az zamanda daha çok faaliyette bulunmalarını sağlamasıdır (Kervankıran ve Çuhadar, 2014). Türkiye'nin önemli destinasyonlarından biri olan Kapadokya bölgesini her yıl yaklaşık olarak 2.500.000 kişi ziyaret etmektedir. Tarihi ve doğal güzellikleri görmek, sıcak hava balon turlarına katılmak amacıyla bölgeye gelen ziyaretçilere ayrıca özgün bir gastronomi deneyimi sunmak, bölgenin çekiciliğini daha da arttıracaktır. Bu deneyimi ziyaretçilere yaşatmak, hem bölgenin

imajına olumlu katkı sağlayacak, hem memnuniyet düzeyini arttıracak hem de turistlerin bölgedeki kalış süresini uzatarak harcamalarına da katkı sağlayacaktır. Tüm bu gelişmelerin yaşanabilmesi için de öncelikle Kapadokya Bölgesi'nin gastronomi rotalarının oluşturulması gereklidir.

Bu sebeplerden dolayı araştırmanın temel amacı Türkiye'nin önemli destinasyonlarından bir olan Kapadokya Bölgesi için gastronomi rotaları oluşturmaktır. Araştırmanın diğer amacı da oluşturulacak olan gastronomi rotalarında sunulacak olan yerel ürünlerin belirlenmesidir. Amaca ulaşabilmek için çalışmada öncelikle literatür incelemesi yapılmış ve bölge mutfak kültürüne hakim uzmanların görüşü alınarak bölgeye ait yerel mutfak unsurlarından hangilerinin bir gastronomi rotasında yer alabileceği belirlenmiştir. Daha sonra ise gastronomi rotasında yer alabilecek yerel mutfak ürünlerinin deneyimlenebileceği noktalar belirlenmiş ve bu noktalar CBS ile birbirine bağlanmıştır. Böylece bölgede özellikle turist hareketinin yoğun olduğu güzergâhlarda gastronomi rotaları ortaya çıkmıştır. Bu amaçlar gerçekleştirildikten sonra belirlenen rotaları kapsayacak interaktif bir site oluşturulması planlamaktadır.

Bölgedeki Gastronomi rotalarının belirlenmesinde Barrera ve Bringas (2009) ile Prieto ve Triana Valiente (2019) tarafından önerilen gastronomi rotası oluşturma aşamaları dikkate alınmıştır. Bu aşamalar, Şekil 3.1'de gösterilmektedir.



**Şekil 3.1.**Gastronomi Rotası Oluşturma Aşamaları

**Kaynak:** Barrera & Bringas, 2009; Prieto & Triana Valiente, 2019

Yapılan araştırmalar sonucu, Kapadokya bölgesi için gastronomi rotası oluşturulmasına yönelik bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Bu durumda, çalışmanın özgün bir çalışma olduğunu ve literatüre önemli bir katkı sunacağını söylemek mümkündür. Bununla birlikte, bir gastronomi rotasında yer alabilecek ürünleri belirleyecek kriterlerin belirlenmesi de bu çalışmayı önemli kılan diğer bir faktördür. Dolayısıyla bu çalışmadan elde edilecek sonuçlar, hem bölge turizminin gelişmesine katkı sağlayacak hem de başka bölgelerde rota oluşturmak isteyen araştırmalar için önemli bir kaynak ve yol haritası niteliğinde olacaktır.

### 3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Varsayımları

Araştırma kapsamında bazı sınırlılıklar ve varsayımlar bulunmaktadır. Bunlar aşağıda belirtilmiştir:

- Araştırmanın sınırlılıklarından biri, oluşturulacak rotalarda yer alacak yiyeceklerin belirlenmesinde kullanılan kriterler ile ilgilidir. Bir ürün için belirlenen on kriter daha önce Arjantin Turizm Bakanlığı tarafından oluşturulan rotalarda kullanılan kriterlerdir. Bu kriterler akademisyen,

gastronomi alanında uzmanlaşmış turist rehberleri, gastronomi araştırmacılarından seçilmiş konunun uzmanları ile değerlendirilmiş ve ülkemiz için uygunluğu ele alınmıştır. Yapılan değerlendirmeler sonucu dokuz kriter aynı kalırken “devlet desteği” şeklinde olan kritere ürünün “ coğrafi işaret” özelliği de eklenmiştir. Son halini alan kriter formu, tamamen gönüllülük esasına göre akademisyenler, sektör temsilcileri, yerel yönetim mensuplarına doldurtulmuştur. Verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Etik Kurulu 27.04.2023 tarihi ve 2023.04.150/4 Karar/sayı numarası ile alınmıştır.

- Diğer tüm çalışmalarda olduğu gibi zaman ve maliyet kısıtlılığı araştırmanın diğer bir sınırlılığıdır. Diğer şehirlerde yaşayan akademisyen, sektör temsilcileri, yerel yönetim mensuplarına veri seti mail yolu ile ulaştırılmış ve veriler toplanmıştır. Katılımcıların veri setini tamamen doğru ve tarafsız doldurdukları düşünülmektedir. Diğer taraftan araştırma bütçesi sınırlı olduğu için rotanın kapsadığı alanda yer alan işletmelerin tamamı incelememiştir.
- Araştırmanın diğer bir sınırlılığı seçilen işletmeler ile ilgilidir. Gastronomi rotasında yer verilen işletmelerin yerel mutfak ürünlerini geleneksel tarifler ve yöntemler ile hazırlayıp sunduğu varsayılmaktadır.
- Araştırmanın diğer bir sınırlılığı Kapadokya Bölgesini ziyaret eden ziyaretçilerin beklentilerinin ölçülmemiş olmasıdır. Literatürde Kapadokya Bölgesini ziyaret eden ziyaretçilerin gastronomik deneyim ile ilgili bir çalışma bulunamamıştır.

### **3.3. Araştırmanın Yöntemi**

Bu kısımda öncelikle araştırmanın evren ve örnekleme hakkında bilgi verilmiştir. Daha sonra ise araştırmada kullanılan veri toplama yöntemi ve verilerin analizinden bahsedilmiştir.

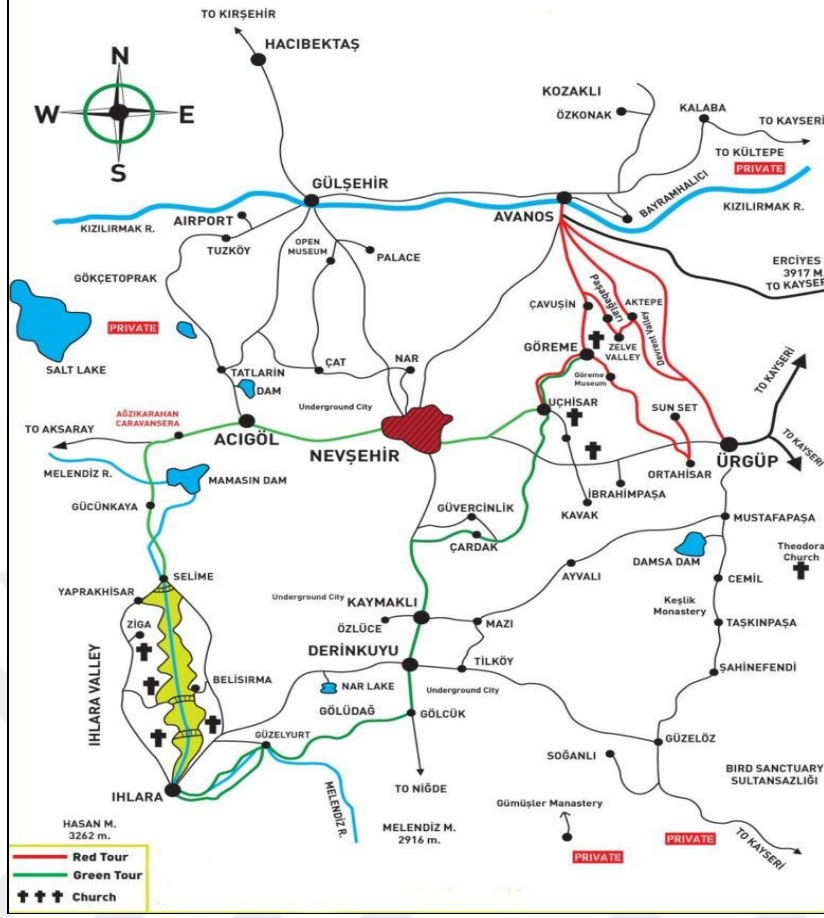
#### **3.3.1. Araştırmanın Evreni**

Daha önce de ifade edildiği gibi araştırmanın iki amacı bulunmaktadır. Öncelikli amaç, Kapadokya Bölgesi için gastronomi rotalarının oluşturulması, diğer amaç ise gastronomi rotalarında sunulacak yerel ürünlerin belirlenmesidir. Bu nedenle,

araştırmanın her iki amacı için iki farklı uygulama yapılmış ve veriler, iki aşamada toplanmıştır. Araştırmanın ikinci amacı için birinci aşamada, nitel veri toplama yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmıştır. Bunun için araştırmanın evreni, Kapadokya bölgesindeki gastronomi uzmanları olarak belirlenmiştir. Evrenin tamamına ulaşamayacağı için örnekleme gidilmiş ve örnekleme yöntemi olarak Yargısal (Amaca göre- Amaçlı- Kasti) örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Yargısal örnekleme, araştırmacının kendi kişisel gözlemlerinden hareket ederek araştırma sorusuna uygun geldiğini düşündüğü belirli özellikleri taşıyan deneklerin seçildiği örnekleme yöntemidir. Yargısal örneklemede, araştırmanın amacına uygun birimler örneğe seçilmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2014). Bu nedenle araştırmada örneğe, gastronomi alanında çalışan akademisyenler, aşçılar derneği üyeleri ve yerel yönetimlerde yer alan gastronomi uzmanları dahil edilmiştir.

İkinci aşama için ise Kapadokya bölgesini (kayalık Kapadokya) kapsayan tur güzergahlarında yer alan yiyecek iç işletmeleri oluşturulmaktadır. İkinci aşamada yine örnekleme gidilmiş ve yargısal örneklemeden kullanılmıştır. Dolayısıyla Kapadokya bölgesinde yer alan, menülerinde yerel yiyecek bulunduran ve çevrimiçi sosyal medya platformlarında yüksek değerlendirme puanına sahip olan yiyecek içecek işletmeleri örneğe dahil edilmiştir. Bu tur güzergâhları aşağıda ayrıntılı biçimde açıklanmıştır.

Bölgede seyahat acenteleri tarafından planlanan ve pazarlanan üç tur güzergâhı bulunmaktadır. Bu güzergâhlar **Harita 3.1**'de görülmektedir.



**Harita 3.1.**Kapadokya Bölgesi Tur Güzergâhları

**Kaynak:**Turkeytraveljournal

Bu güzergâhlarda, yer alan yerleşkeler şunlardır;

- Mavi Tur: Ürgüp, Mustafapaşa, Cemil, Taşkınpaşa, Şahinefendi, Yeşilhisar, Soğanlı, Derinkuyu, Kaymaklı, Ayvalı
- Yeşil Tur: Göreme, Uçhisar, Derinkuyu, Ihlara / Güzelyurt, Selime, Acıgöl, Merkez/ Nevşehir
- Kırmızı Tur: Göreme, Ortahisar, Ürgüp, Avanos, Çavuşin

Kapadokya bölgesi her yıl milyonlarca kişi tarafından ziyaret edilmektedir. Kapadokya Bölgesinin merkezi kabul edilen TÜİK (2023) Nevşehir ilinde bulunan 11 müze ve ören yeri 2.222.395 kişi tarafından ziyaret edilmiştir. Tur güzergahları üzerinde yer alan Göreme Açık Müzesi, Kaymaklı ve Derinkuyu yer altı şehirleri,



Ihlara Vadisi, Zelve Açık Hava Müzesi, Avanos, Soğanlı Vadisi, Uçhisar Güvercinlik Vadisi, Aşk Vadisi, Ürgüp Üç Güzeller Kapadokya bölgesinde en çok ziyaret edilen müze ve ören yerleridir (TÜİK, 2016).

### 3.3.2. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Çalışma kapsamında, öncelikle detaylı bir literatür araştırması yapılarak Kayalık Kapadokya Bölgesinde yer alan Aksaray, Kayseri, Niğde ve Nevşehir illerine ait gastronomik ürünler belirlenmiştir. Aksaray iline ait 13, Kayseri iline ait 36, Niğde iline ait 26, Nevşehir iline ait 16 olmak üzere toplam 81 ürün tespit edilmiştir. Belirlenen ürünlerin gastronomi rotasında yer alıp alamayacağını belirlemek için, “Ürün Değerlendirme Formları” oluşturulmuş ve belirlenen gastronomik ürünler her il için ayrı olmak üzere puanlama formlarına yerleştirilmiştir. Ürün Değerlendirme Formlarının son bölümünde, literatürde yer almayan gastronomik ürünleri belirlemek için katılımcılara yeni ürün ekleyebileceği alan bırakılmıştır.

Ürünlerin puanlanmasında, Arjantin Cumhuriyeti Tarım Bakanlığı tarafından geliştirilen (Barrera & Bringas, 2009) kriterlerden yararlanılmıştır. Kriterler, Arjantin Cumhuriyeti Turizm Bakanlığı ile Amerikan Kalkınma Bankası işbirliği ile başlayan “Arjantin Gastronomi Rotaları ve Güzergahları” adlı proje kapsamında, bir gastronomi rotasında yer alabilecek ürünleri belirlemek için kullanılmıştır. Söz konusu kriterler, çalışmada kullanılmak üzere uyarlanmış ve belirlenen gastronomik ürünleri değerlendirmek için on kriter elde edilmiştir. Bu kriterlerin çalışmaya uygunluğunu değerlendirmek için akademisyenler (8 kişi), gastronomi alanında çalışan turist rehberleri (2 kişi) ve gastronomi araştırmacılarından (2 kişi) oluşan 12 kişi ile görüşülmüştür. Görüşmeler, 2022 Mayıs ayında online olarak yapılmıştır. Görüşmelerden elde edilen verilerin ışığında 9 kriter aynı kalırken, “kalkınma öncelikleri” kriterine ürünün “coğrafi işaret” özelliği de eklenmiştir. Böylece, gastronomik ürünleri değerlendirmek için “**Ürün Değerlendirme Formu**” son haline getirilmiştir. Ürün değerlendirme formunda yer alan kriterler aşağıdaki gibidir (Barrera ve Bringas, 2009):

- **Temsil Gücü:** Üretildiği bölgesel alanın miktarına ve üretici sayısına göre tarım-gıda bağlamında ekonomik katılım.

- **Arz sürdürülebilirliği:** Gastronomi rotasında sunulacak ürünlerin üretim hacmi.
- **Çevre ile ilişkiler:** Ürünün üretimi sırasında çevre dengesi üzerinde etkileri.
- **Üretimde İstihdam:** Gıda üretimi ve sanayileşme açısından yerel işgücünü istihdam becerisi.
- **Karşılaştırmalı avantajlar:** Karşılaştırmalı satış ve / veya kültürel koşullara sahip olmaları ve yeni pazar taleplerini karşılayabilme yetenekleri.
- **Pazardaki Durumu:** Ürünün, yerel tüketiciler ve rotaların ziyaretçileri için farklı pazarlardaki durumu.
- **Tarihsel arka plan:** Gıdanın üretimi, işlenmesi ve tüketimi açısından bölgesel tarihsel kökler.
- **Kalkınma öncelikleri/ Coğrafi işaret:** Gıdaların tarım ve tarımsal kalkınma konularında, bölge yetkilileri tarafından belirlenen önceliklere dâhil edilmesi, ürünlerin bir bölge, kasaba, köy, şehir veya havza gibi sınırları net bir şekilde çizilebilecek bir sahaya bütünüyle veya en az bir özelliğiyle bağlı olan ürünler
- **Üreticilerin ilgisi:** Gıdaların üretiminde kırsal ve endüstriyel üreticilerin ilgisi.
- **Gastronomik arz ve talep:** Yiyeceklerin restoranlar ve tarımsal turizm kuruluşları tarafından ve turistler tarafından kabul edilme derecesi

Gastronomik ürünlerin her biri yukarıda belirtilen her kriter için 0 ile 4 arasında puan almıştır ve verilen puanların toplamına bakılarak gastronomik ürünler gruplandırılmıştır. Bir gastronomi rotasında yer alan yerel mutfak ürünleri için, nihai değerlendirmeyi oluşturan kategoriler **Tablo 3.1**'de açıklanmıştır (Barrera ve Bringas, 2009)

**Tablo 3.1.** Toplam Puana Göre Ürün Kategori Tablosu

Kategori	Toplam Puan	Açıklama
<b>Muhteşem Ürün</b>	36-40 Puan	Ürünün bir gastronomi rotasına dahil edilmesi, rotanın ve bölgesel ekonomin gelişimine olağanüstü bir şekilde katkıda bulunabiliyorsa.
<b>Üstün Ürün</b>	30-35 Puan	Ürünün bir gastronomi rotasına dahil edilmesi, rotanın ve bölgesel ekonomilerin gelişimine önemli ölçüde katkıda bulunabiliyorsa

<b>Uygun Ürün</b>	20-29 Puan	Ürünün bir gastronomi rotasına dahil edilmesi, rotanın ve bölgesel ekonomilerin gelişimine yeterince katkıda bulunabiliyorsa.
<b>Sıradan Ürün</b>	6-19 Puan	Ürünün bir gastronomi rotasına dahil edilmesi, rotanın ve bölgesel ekonomilerin gelişimine küçük bir katkı sağlayabildiğinde.
<b>Yetersiz Ürün</b>	0-5 Puan	Ürünün bir gastronomi rotasına dahil edilmesi, rotanın ve bölgesel ekonomilerin gelişimine katkıda bulunmadığı veya zarar verdiğinde.

**Kaynak:** Barrera ve Bringas, 2009

Nihai kategoriler içinde “**Muhteşem Ürün**” kategorisine giren bir gastronomik ürün 0 veya 1 puan alamaz ve oluşturulacak rotaya adını verebilir. Sıradan Ürün ve Yetersiz Ürün kategorisine giren gastronomik ürünler rota dışına atılmaz ve diğer ürünleri desteklemek için rotaya entegre edilebilir (Barrera ve Bringas, 2009).

Ürün Değerlendirme Formları, çalışmanın kapsadığı Aksaray, Kayseri, Niğde ve Nevşehir illerinde bulunan üniversitelerin Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü ve Aşçılık Programı akademisyenleri, aşçılık dernek başkan ve üyeleri ile yerel yönetim yetkilileri tarafından doldurulmuştur. Her katılımcı, ikamet ettiği ilin gastronomik ürünlerini puanlamıştır. Çalışma kapsamında Aksaray ilinden 10, Kayseri ilinden 16, Niğde ilinden 11 ve Nevşehir ilinden 18 katılımcı, Ürün Değerlendirme Formu’nu puanlamıştır. Ürün Değerlendirme Formları, katılımcılardan hem yüz yüze hem de e-posta yolu ile toplanmıştır. Formaların tamamı analiz için kullanılmış ve her ürüne verilen puanların aritmetik ortalamaları alınarak toplam puanları belirlenmiştir. Böylece ortalama puana göre hangi ürünlerin rotada sunulması gerektiği ortaya çıkmıştır.

Çalışma kapsamında gastronomik ürünler, “Ürün Değerlendirme Kriterleri”ne göre sınıflandırıldıktan sonra rotada yer alacak ürünlerin ziyaretçiler tarafından deneyimlenebileceği noktalar belirlenmiştir. Bu noktaların belirlenmesindeki temel kriter, hali hazırda uygulanan turistik güzergâhlar üzerinde olmasıdır. Bu güzergâhlar üzerinde yer alan yiyecek içecek işletmelerinin ziyaretçiler için sunduğu ürünler incelenerek bölge gastronomisine ait yerel ürünleri menülerinde sunan işletmeler belirlenmiştir. İşletmeler belirlenirken yalnızca yerel ürünleri menülerinde sunmaları değil ayrıca yiyecek içecek işletmelerini ziyaret eden ziyaretçilerin yorum ve görüşlerine yer veren portolardaki sırlamalarına da bakılmıştır. Bunun neticesinde ise

5 işletme Aksaray, 11 işletme Kayseri, 3 işletme Niğde, 18 işletme ise Nevşehir belirlenmiştir. Belirlenen işletmelerden 6 tanesi şarap üretimi ve tadımı, 21 tanesi yerel yemek üretimi, 1 tanesi yerel yemek kursu ve üretimi, 10 tanesi ise yerel gıda satışı alanında faaliyet göstermektedir.

### 3.3.3. Verilerin Analizi

Çalışmanın birinci aşamasında elde verilen için tanımlayıcı istatistiklerden yararlanılmıştır. Görüşmeler neticesinde puanlanan ürünlerin ortalamaları alınarak ürün kategorileri elde edilmiştir. İkinci aşama da ise belirlenen işletmeler CBS programına girilerek rotalar oluşturulmuştur. Rotalar oluştururken öncelikle GPS (Global Positioning System) aleti ile belirlenen işletmelerin koordinatları alınmıştır. Koordinatların alınması sırasında her bir noktaya numara verilmiş, not defterine “alışveriş”, “şarap” “yemek” gibi niteliklerle tanımlanarak kayıt altına alınmıştır. Koordinatların belirlenmesinden sonra veriler, CBS programına işlenmiştir. Bu çalışmada, rota haritalarının yapımı için ArcGIS Pro CBS yazılımı kullanılmıştır.

Rota haritalarının oluşturulması için aşağıdaki adımlar takip edilmiştir:

- **Veri Toplama:** Rota haritalarının oluşturulması için gerekli veriler çeşitli kaynaklardan toplanmıştır. Bu kaynaklar arasında GPS verileri, coğrafi veri tabanları ve mevcut haritalar bulunmaktadır. Bu veriler, rota noktalarını, konum bilgilerini, adlarını ve diğer ilgili bilgileri içermektedir.
- **Veri İşleme:** Toplanan veriler ArcGIS Pro yazılımıyla işlenmiştir. İşleme adımları şu şekilde gerçekleştirilmiştir:
- **Verilerin içe aktarılması:** GPS verileri veya diğer kaynaklardan alınan veriler ArcGIS Pro'ya içe aktarılmış ve kullanılabilir veri formatlarına dönüştürülmüştür.
- **Veri düzenleme:** İçe aktarılan veriler, rota noktalarını ve diğer detayları içeren bir coğrafi veri tabanı oluşturmak için düzenlenmiştir. Her bir nokta için konum bilgileri, adlar ve diğer ilgili veriler veri tabanında kaydedilmiştir.

- **Harita Tasarımı:** ArcGIS Pro programında rota haritasının tasarımı gerçekleştirilmiştir. Aşağıdaki adımlar takip edilerek tasarım oluşturulmuştur:
- ✓ **Temel harita oluşturma:** İlk adımda, rota noktalarını içeren bir harita tabakası ve arka plan haritası gibi unsurlardan oluşan temel bir harita oluşturulmuştur.
- ✓ **Simgeleme ve etiketleme:** Rota noktaları, simgeler ve etiketler kullanılarak haritada gösterilmiştir. Bu şekilde noktaların farklılıkları ve önemli bilgileri vurgulanmıştır.

#### 3.4.4. Araştırmanın Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi

Güvenilirlik ve geçerlilik araştırmalarda önemli kavramlardır. Güvenilirlik, bir araştırma aracının zaman içinde ve farklı koşullar karşısında ne ölçüde tutarlı sonuçlar ürettiğini gösteren ölçümün tutarlılığı ve kararlılığı anlamına gelir. Bir araştırma aracının geçerli olabilmesi için güvenilir olması gerekmektedir. Geçerlilik ise bir araştırma aracının ölçmek istediği şeyi ne ölçüde ölçtüğünü ifade eder. Araçtan elde edilen sonuçların çalışılan yapıyı doğru bir şekilde temsil etmesini sağlar. Araştırma bulgularının kalitesini ve güvenilirliğini sağlamak için hem güvenilirlik hem de geçerlilik çok önemlidir (Mohajan, 2017; Andrade, 2018). Nitel araştırmanın güvenilirliğini ölçmek, araştırma sürecinin kendisi sırasında doğrulama stratejilerinin uygulanmasını içerir. Nitel araştırmacılar, her bir nitel tasarımın doğasında bulunan stratejileri kullanarak çalışmalarının titizliğini sağlayarak güvenilirlik ve geçerlilik için sorumluluk almalıdır (Morse, Barrett vd., 2002) . Araştırmacılar, analitik prosedürlerde şeffaflık ve yöntemlerin gerekçelendirilmesi gibi stratejiler yoluyla araştırmalarının güvenilirliğini artırmaya odaklanmalıdır (Noble ve Smith, 2015). Bu araştırmada güvenilirlik ve geçerliliği sağlamak için dikkat edilen hususlar aşağıda açıklanmıştır:

- CBS araştırmalarında geçerlilik, verilerin ve analizlerin çalışılan olguyu doğru bir şekilde temsil etmesini sağlamayı içerir. Bu, alandaki uzmanların CBS verilerinin uygunluğunu ve temsil edilebilirliğini değerlendirdiği içerik geçerliliği gibi yöntemlerle elde edilebilir (McElhanonvd., 2014). Çalışmada CBS verileri uzman tarafından incelenerek veriler uygun görülmüştür.

- Çalışmanın güvenilirliğini arttıran başka bir etken ise çalışmada kullanılan yöntemin daha önce Arjantin Cumhuriyeti tarafından uygulanmış (Barrera, Bringas, 2009) olmasıdır. Arjantin Cumhuriyeti 2000’li yılların başından itibaren oluşturduğu gastronomi rotalarında çalışmada kullanılan yöntemi kullanmıştır.
- Çalışma kapsamında rotada yer alacak ürünleri belirlemek için toplanan veriler uzmanlardan elde edilmiştir. Verilerin toplanması sırasında herhangi bir süre kısıtlaması ve müdahale olmamıştır. Katılımcıların gastronomik ürünler ile ilgili görüşlerini özgürce ifade etmişlerdir.

### **3.5. Bulgular**

Çalışmanın bu kısmında, verilerin analizi sonucunda elde edilen bulgular yer almaktadır. Öncelikle rotada yer alabilecek ürünleri belirlemek için yapılan gastronomik ürünlerin analizi ile ilgili bulgulara yer verilmiştir. Daha sonra belirlenen yiyeceklerin deneyimlenebileceği noktaları birbirine bağlayan rotalar yer almaktadır.

#### **3.5.1. Gastronomik Ürünlerin Analizi ile İlgili Bulgular**

Bu bölümde hangi ürünlerin bir gastronomi rotasında yer alabileceğini ölçümlemek amacı ile oluşturulmuş ürün değerlendirme formlarından ortaya çıkan gastronomik ürünlerin elde ettiği toplam skorlar yer almaktadır. Oluşturulan ürün değerlendirme formunda 10 kriter yer almaktadır (Barera, Bringas, 2009). Ürün puanlama formlarında yer alan Aksaray iline ait 13, Kayseri iline ait 36, Niğde iline ait 26, Nevşehir iline ait 17 olmak üzere toplam 92 ürünün toplam puanları aşağıdaki gibidir.

##### **3.5.1.1. Aksaray İli Gastronomik Ürünleri ile İlgili Bulgular**

Bu bölümde Aksaray ili yerel mutfak kültürüne ait 13 ürünün 10 kriter üzerinden analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Analiz sonuçları **Tablo 3.2’de** görülmektedir.

**Tablo 3.2.** Aksaray İli Gastronomik Ürünlerin Analizi

Ürün No ve Adı	Temsil Gücü	Arz Südürülebilirliği	Çevre İle İlişkisi	Üretimde İstihdam	Avantajları	Pazardaki Durumu	Tarihsel Köken	Kullanımda Destek Durumu/ Coğrafi İşaret Durumu	Üretici İlgisi	Gastronomik Arz ve Talep	TOPLAM PUAN
1 Eşmekaya Koyun Yoğurdu	4,0	3,7	3,7	3,3	3,7	2,7	3,7	3,0	2,7	3,3	<u>33,7</u>
2 Şerbetli Pide	4,0	3,7	3,3	4,0	3,0	3,7	4,0	4,0	4,0	3,3	<b>37,0</b>
3 İncecek Tatlısı	3,3	2,7	2,7	4,0	3,0	2,0	3,3	3,7	3,3	4,0	<u>32,0</u>
4 Tulum Kebabı	4,0	4,0	3,7	3,7	3,7	3,3	3,7	3,3	3,3	3,3	<b>36,0</b>
5 Köpük Helvası	2,3	2,0	2,7	2,0	2,7	3,0	3,0	1,7	3,3	2,3	25,0
6 Kabak Çekirdeği	2,7	2,0	3,0	3,0	2,7	3,7	2,0	3,0	2,3	2,0	26,3
7 Aksaray Tahinlisi	4,0	4,0	4,0	3,3	3,7	3,3	3,7	3,7	3,3	3,7	<b>36,7</b>
8 Gelveri Ekmeği	3,7	3,3	3,7	3,3	3,7	3,7	3,0	3,7	3,7	3,3	<u>35,0</u>
9 Gelveri Tava	4,0	3,7	3,7	3,7	3,3	3,0	3,3	4,0	3,7	4,0	<b>36,3</b>
10 Güzelyurt (Gelveri) Pekmezi	2,0	2,3	2,3	2,0	3,0	3,7	2,3	2,7	2,7	3,0	26,0
11 Çatlatma,	2,0	1,7	2,3	1,3	1,7	1,7	0,7	1,0	1,0	1,0	14,3
12 Sulu Yumurta	1,7	1,7	1,7	2,0	2,0	2,0	2,0	1,7	1,3	1,7	17,7
13 Cüğücük (Düğücük) Tatlısı	1,7	1,3	2,0	1,7	2,0	1,7	1,7	1,3	1,0	1,3	15,7

N= 10 (Muhteşem Ü:36-40, Üstün Ü: 30-35, Uygun:20-29, Sıradan Ü:6-19, Yetersiz Ü:0-5) (Barrera ve Bringas, 2009)

Tablo 3.2’de Aksaray ili yerel mutfak kültürüne ait 13 ürünün 10 kriter üzerinden analiz sonuçları yer almaktadır. Analiz sonuçlarına göre Aksaray ili gastronomik ürünleri içerisinde en yüksek toplam puanı Şerbetli Pide (37) alırken en düşük puanı ise Çatlatma (14,3) almıştır. Tablo 3.2 incelendiğinde Şerbetli Pide (37), Tulum Kebabı (36), Aksaray Tahinlisi (36,7) ve Gelveri Tava (36,3) **Muhteşem Ürün** sınıfında yer aldığı görülmektedir. Eşmekaya Koyun Yoğurdu (33,7), İncecek Tatlısı (32) ve Gelveri Ekmeği (35) ise **Üstün Ürün** sınıfında yer almaktadır. Üç ürün **Normal ürün** sınıfında yer alırken, üç ürün ise **Sıradan Ürün** sınıfında yer almaktadır. Yetersiz ürün sınıfında herhangi bir ürün bulunmamaktadır.

Aksaray yerel mutfak kültürüne ait ürünlerin analiz edilmesi ile elde edilen sonuçlara göre; Şerbetli pide, tulum kebabı, Aksaray tahinlisi ve Gelveri tava oluşturulacak rotalarda kesinlikle yer alması gereken ürünlerdir. Eşmekaya koyun yoğurdu, Gelveri

ekmeği, İncecek tatlısı da rotada yer alacak, diğer ürünler ise rotaya entegre edilecektir.

### 3.5.1.2. Kayseri İli Gastronomik Ürünleri ile İlgili Bulgular

Bu bölümde Kayseri ili yerel mutfak kültürüne ait 34 ürünün 10 kriter üzerinden analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 3.3’de görölmektedir.

**Tablo 3.3.** Kayseri İli Gastronomik Ürünlerin Analizi

Ürün No ve Adı	Temsil Gücü	Az Sürdürülebilirliği	Çevre İle İlişkisi	Üretimde İstihdam	Avantajları	Pazarındaki Durumu	Tarihsel Köken	Destek Durumu	Kalkınım Coğrafi adı İşaret Durumu	Üretici İlgisi	Gastronomik Az ve Talip	TOPLAM PUAN
1	Börek Aşı Çorbası	3,3	3,1	2,0	2,4	2,4	2,4	3,5	3,1	2,8	2,4	27,3
2	Yoğurtlu Çorba (Toyga)	2,5	2,5	2,3	1,9	2,1	1,9	2,9	1,8	2,0	1,8	21,5
3	Kurşun Aşı	2,8	2,9	2,6	2,5	2,6	2,8	3,5	2,5	2,4	2,6	27,1
4	Arabaşı Yemeği	3,6	3,3	2,4	3,0	3,1	3,1	3,6	2,9	2,6	2,8	30,4
5	Gendime Çorbası	1,8	2,0	1,1	2,0	2,3	1,8	2,5	2,1	1,9	2,0	19,4
6	Kayseri Mantısı	4,0	4,0	3,6	4,0	4,0	4,0	3,9	4,0	3,9	3,8	39,1
7	Yağ Mantısı	3,9	3,8	3,6	3,4	3,5	3,5	3,8	3,6	3,3	3,5	35,8
8	Prov Mantısı	2,8	2,6	2,0	2,1	2,8	2,8	3,0	2,4	2,3	2,4	25,0
9	Tepsi Mantısı	3,6	3,5	3,1	3,6	3,8	3,5	3,6	3,4	3,1	3,3	34,5
10	Şebit Yağlaması	4,0	4,0	3,6	4,0	4,0	4,0	4,0	3,9	4,0	4,0	39,5
11	Sac Böreği	2,5	2,9	2,6	3,0	3,0	3,4	3,3	2,8	3,0	2,8	29,1
12	Tahinli Katmer	3,4	3,5	3,1	3,3	3,4	3,0	3,1	3,5	3,5	3,4	33,1
13	Pehli	1,6	1,9	1,4	1,6	1,6	1,3	2,8	1,6	1,5	1,6	16,9
14	Fırın Ağzı	3,8	3,3	3,1	3,1	3,3	3,1	3,6	3,6	3,0	3,5	33,4
15	Bezdirme (Yahyalı Usulü)	1,8	2,4	1,4	2,1	1,9	1,6	1,9	2,6	2,0	1,6	19,3
16	Pastırmalı Kuru Fasulye	3,4	3,4	2,9	3,4	2,9	2,9	3,6	3,0	3,4	3,4	32,1
17	Böğür Dolması	2,0	1,8	1,4	1,4	1,4	1,4	1,8	1,0	1,6	1,4	15,0
18	Soğan Baskısı	0,9	0,8	1,6	1,0	1,0	0,6	1,3	0,5	0,8	1,0	9,4
19	Pıtpıt pilavı	1,0	1,1	1,1	1,4	1,0	1,0	1,1	1,6	0,9	1,0	11,3
20	Kağıtta Pastırma	3,8	3,9	3,5	3,8	3,4	3,5	3,6	3,1	4,0	4,0	36,5
21	Patlıcan Kovalama	2,1	1,4	1,4	1,4	1,9	1,1	1,8	0,8	1,5	1,5	14,8
22	Pırtımpırt (Kirtimburt)	2,4	2,3	1,6	1,8	2,8	2,1	2,5	1,8	1,8	2,1	21,0
23	Üzümlü Gerdan	2,5	1,8	1,9	2,1	2,3	2,4	2,1	1,8	1,6	1,9	20,3
24	Kabak Çıtma	2,3	1,4	1,9	1,5	1,8	1,0	1,3	0,9	1,0	1,1	14,0
25	Pöç	3,5	3,5	3,4	3,6	3,3	3,8	3,6	3,9	3,6	3,9	36,0
26	Nevzine Tatlısı	3,9	3,8	3,4	3,3	3,5	3,3	3,9	3,8	3,6	3,8	36,0
27	Aside	3,4	3,4	2,8	2,4	2,9	2,3	3,8	3,1	2,6	2,6	29,1
28	Kayısı Kavurma	2,3	2,6	2,3	1,8	2,0	1,1	2,1	1,0	1,8	1,4	18,3
29	Maramisa	2,3	1,3	1,4	1,3	1,3	0,8	1,9	1,1	1,1	1,1	13,4



30	Kedi Bacağı/Cevizli Sucuk	3,4	3,5	3,1	3,3	3,8	3,1	3,4	3,4	3,4	3,1	33,4
31	Telteli	2,3	2,1	1,6	2,1	2,3	1,1	1,6	0,9	2,1	1,6	17,8
32	Pekmez Helvası	2,5	2,0	1,9	2,0	1,8	1,6	2,6	1,8	2,1	1,5	19,8
33	Omme	1,4	1,8	1,0	1,3	1,6	1,3	1,8	0,9	1,5	1,3	13,6
34	Un Kurabiyesi	2,8	2,3	2,5	2,5	2,4	2,6	2,1	2,4	3,0	2,5	25,0
35	Kayseri Pastırması	4,0	4,0	3,6	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	39,6
36	Kayseri Sucuğu	4,0	4,0	3,6	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	39,6

N= 16 (Muhteşem Ü:36-40, Üstün Ü: 30-35, Uygun:20-29, Sıradan Ü:6-19, Yetersiz Ü=0-5)  
(Kaynak: Barrera ve Bringas, 2009)

Tablo 3.3’de Kayseri ili yerel mutfak kültürüne ait 36 gastronomik ürünün 10 kriter üzerinden analiz sonuçları yer almaktadır. Analiz sonuçlarına göre Kayseri ili gastronomik ürünleri içerisinde en yüksek toplam puanı Kayseri Sucuğu ve Kayseri Pastırması (39,6) alırken, en düşük puanı ise Soğan Baskısı (9,4) almıştır. Tablo incelendiğinde, Kayseri Mantısı (39,1), Şebit Yağlaması (39,5), Kağıtta Pastırma (36,5), Pöç (36), Nevzine Tatlısı (36), Kayseri Pastırması (39,6) ve Kayseri Sucuğu (39,6) **Muhteşem Ürün** sınıfında yer aldığı görülmektedir. Arabaşı Yemeği (30,4), Yağ Mantısı (35,8), Tepsi Mantısı (34,5), Fırın Ağzı (33,4), Pastırmalı Kuru Fasulye (32,1) ve Kedi Bacağı/ Cevizli Sucuk (33,4) **Üstün Ürün** sınıfına giren ürünlerdir. Dokuz ürün **Uygun Ürün** sınıfına girerken, on iki ürün ise **Sıradan Ürün** sınıfına girmektedir. **Yetersiz ürün** sınıfına giren herhangi bir ürün bulunmamaktadır. Analiz sonuçları detaylı incelediğinde tüm kriterlerden, Soğan Baskısı (0,5) yemeği en düşük puanı aldığı görülmektedir. Öne çıkan ürün sınıfında yer alan Kayseri Pastırması ve Kayseri Sucuğu, dokuz kriterden tam puan alırken Çevre ile İlişkisi kriterinden 3,6 puan almıştır.

Kayseri mutfak kültürüne ait ürünlerin analizleri sonucunda ortaya çıkan sonuçlara göre; Kayseri mantısı, şebit yağlaması, kağıtta pastırma, pöç, nevzine tatlısı, Kayseri pastırması ve Kayseri sucuğu oluşturulacak rotada kesinlikle yer alması gereken ürünlerdir. Arabaşı yemeği, yağ mantısı, tepsi mantısı , fırın ağzı, pastırmalı kuru fasulye ve kedi bacağı/ cevizli sucuk oluşturulacak rotada yer alacak, diğer ürünler ise rotaya entegre edilecektir.

### 3.5.1.3. Niğde İli Gastronomik Ürünleri ile İlgili Bulgular

Bu bölümde Nevşehir ili yerel mutfak kültürüne ait 26 ürünün 10 kriter üzerinden analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Analiz sonuçları **Tablo 3.4**’de görülmektedir.

**Tablo 3.4.** Niğde İli Gastronomik Ürünlerin Analizi

Ürün No Ve Adı	Temsil Gücü	Az Sürdürülebilirliği	Çevre ile ilişkisi	Üretimde istihdam	Avantajları	Pazardaki Durumu	Tarihsel Köken	Kalkınmada Destek Durumu/ İlgili Durum	Coğrafik Durum	Üretici İlgisi	Gastronomik Arz ve Talep	TOPLAM PUAN
1	Dut Yaprağı Sarması	2,3	1,0	2,0	1,3	2,2	1,2	3,8	1,2	1,0	1,5	17,5
2	Yaprak Dıtmesi	1,8	2,3	2,3	1,3	2,0	0,7	4,0	1,0	1,3	1,0	17,8
3	Pancar Pezziği	1,8	2,3	1,7	1,3	2,0	0,8	3,7	1,2	1,0	0,7	16,5
4	Pirinçli Elma Dolması	2,5	1,2	2,0	1,7	2,5	1,3	3,8	2,8	2,5	2,2	22,5
5	Erikli Pırasa Yemeği	2,3	1,0	2,3	1,3	2,2	1,0	3,8	1,2	1,0	1,3	17,5
6	Niğde Tava	4,0	4,0	4,0	3,8	4,0	3,3	4,0	3,3	3,5	3,8	<b>37,8</b>
7	Bossulu	2,3	3,3	2,7	1,7	2,8	1,7	3,7	1,2	1,3	1,3	22,0
8	Mazaklı Köftesi	2,5	3,3	3,0	2,2	3,7	2,0	3,8	2,2	2,0	1,7	26,3
9	Boranası	2,2	3,0	2,3	1,2	1,4	1,7	3,8	2,0	1,3	1,3	20,2
10	Bor Sögürme	4,0	4,0	4,0	3,8	3,7	3,3	4,0	4,0	3,3	3,8	<b>38,0</b>
11	Tahinli Pide	3,7	4,0	4,0	3,8	4,0	3,3	3,7	4,0	3,8	3,8	<b>38,2</b>
12	Şepe	3,3	2,1	3,7	3,2	2,7	2,8	3,7	1,7	2,7	2,5	28,3
13	Fertek Halkası	3,7	4,0	3,3	2,8	3,3	3,0	3,5	2,3	2,7	2,8	<u>31,5</u>
14	Fertek Çöreği	3,0	4,0	3,0	2,5	2,3	2,5	3,5	1,7	2,0	2,2	26,7
15	Mangır Çorbası	2,2	2,8	2,0	2,0	2,7	1,3	3,8	2,0	1,7	1,7	22,2
16	Oğma Çorbası	2,2	2,7	2,0	2,0	2,0	1,7	3,8	1,5	2,0	1,7	21,5
17	Bor Arabası Çorbası	2,3	2,7	2,8	2,0	2,0	1,7	3,5	1,3	2,0	1,5	21,8
18	Köfter	3,7	4,0	3,7	3,7	3,8	4,0	4,0	1,0	3,7	3,8	<u>35,3</u>
19	Bandırma	2,7	4,0	3,7	3,0	3,7	3,3	3,7	2,3	2,7	3,0	<u>32,0</u>
20	Paluza	2,0	2,7	2,3	1,7	1,7	1,3	3,8	1,7	1,3	1,0	19,5
21	Kuru Zerdali Kavurması	2,2	2,8	2,7	2,0	2,3	1,7	3,8	1,7	2,0	1,7	22,8
22	Sarığburma	3,0	4,0	3,7	2,3	3,3	2,7	4,0	2,3	2,7	2,7	<u>30,7</u>
23	Kıvrım Börek Tatlısı	2,7	3,7	2,7	2,3	3,0	2,3	3,5	2,0	2,0	2,0	26,2
24	Halveter	2,7	2,7	3,0	2,0	2,0	1,3	3,7	1,3	1,3	2,0	22,0
25	Darboğaz Kirazı	4,0	4,0	4,0	3,7	4,0	3,7	4,0	4,0	4,0	4,0	<b>39,3</b>
26	Niğde Mavisi	2,7	3,7	2,3	2,0	2,7	2,0	2,5	2,0	2,7	2,7	25,2

N= 11, (Muhteşem Ü:36-40, Üstün Ü: 30-35, Uygun:20-29, Sıradan Ü:6-19, Yetersiz Ü=0-5  
, Kaynak: Barrera ve Bringas, 2009)

Tablo 3.4'de Niğde iline ait 26 adet gastronomik ürünün analiz sonuçları yer almaktadır. Analiz sonuçlarına göre Niğde ili gastronomik ürünleri içinde en yüksek toplam puanı, Darboğaz Kirazı (39,3) alırken, en düşük puanı ise Pancar Pezziği (16,5) almıştır. Dut Yaprağı Sarması (17,5) ve Erikli Pırasa Yemeği (17,5) toplam puanı düşük olan diğer gastronomik ürünlerdir. Tablo incelendiğinde Niğde İl'inin gastronomik ürünlerinden Niğde Tava (37,8), Bor Sögürme (38,0), Tahinli Pide (38,2)

ve Darboğaz Kirazı (39,3) **Muhteşem Ürün** sınıfında yer aldığı görülmektedir. Köfter (35,3 puan ) , Fertek Halkası (31,5), Bandırma (32) ve Sarığı Burma (30,0) Üstün Ürün sınıfına giren ürünlerdir. On üç ürün ise **Uygun Ürün** sınıfında yer almaktadır. Üç ürün **Sıradan Ürün** sınıfında yer alırken, **Yetersiz Ürün** sınıfında herhangi bir ürün yer almamaktadır. Analiz sonuçlarına göre düşük puan alan ürünlerin *Üretici İlgisi* ve *Pazardaki Durumu* kriterlerinden düşük puanlar aldıklarından dolayı, düşük puan alan ürünlere ticari işletmelerin ilgi göstermediklerini söylemek mümkündür. Tüm kriterlerden en düşük puanı, Pancar Peziği (0,7) Gastronomik Arz ve Talep kriterinden almıştır.

Niğde ili yerel mutfak kültürü ürünlerinin analiz sonuçlarına göre Niğde tava, Bor söğürme, Tahinli pide ve Darboğaz kirazı oluşturulacak rota kesinlikle yer alması gereken ürünlerdir. Köfter, Fertek halkası, bandırma ve sarığı burma oluşturulacak rota yer alacak, diğer ürünler ise rotaya entegre edilecektir.

#### **3.5.1.4. Nevşehir İli Gastronomik Ürünleri ile İlgili Bulgular**

Bu bölümde Nevşehir ili yerel mutfak kültürüne ait 17 ürünün 10 kriter üzerinden analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Analiz sonuçları **Tablo 3.5**'de görülmektedir.

**Tablo 3.5.** Nevşehir İli Gastronomik Ürünler Analizi

Ürün No ve Adı	Temsil Gücü	Arz Sürdürülebilirliği	Çevre ile ilişkisi	Üretimde İstihdam	Avantajları	Pazardaki Durumu	Tarihsel Köken	Kalkınmadı/Coğrafi Belirli/İklim	Üretici İlgisi	Gastronomik Arz ve Talep	TOPLAM PUAN
1 Köfter/ Köftür	2,5	2,5	2,3	1,8	2,1	1,83	2,5	4,0	1,6	2,00	23,3
2 Kuru Üzüm	4,0	4,0	3,8	3,5	4,0	3,00	3,6	2,3	3,1	3,33	<u>34,8</u>
3 Üzüm Pekmezi	4,0	4,0	4,0	3,3	3,8	2,83	3,8	2,5	2,8	3,67	<u>34,8</u>
4 Bal/ Süpürge Pekmezi	2,5	2,8	3,6	2,5	3,1	1,50	3,5	1,1	1,6	1,83	24,3
5 Nevşehir Testi Kebabı	4,0	4,0	3,5	3,8	4,0	4,00	3,5	4,0	3,5	4,00	<b>38,3</b>
6 Nevşehir Tarhanası	2,3	2,8	3,5	2,6	3,5	1,50	3,1	1,3	1,8	2,17	24,8
7 Nevşehir Kabak Çekirdeği	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	3,67	3,6	4,0	4,0	3,50	<b>38,8</b>
8 Kaymaklı Kuru Kaymağı	3,8	3,3	3,6	3,3	3,6	2,67	3,3	3,3	4,0	3,00	<u>34,0</u>
9 Kaymaklı Ekmeği	1,6	2,1	2,5	2,5	3,0	1,83	2,5	4,0	2,0	2,00	24,1
10 Çömlek Peyniri	3,00	2,6	3,1	2,8	3,3	2,00	2,8	2,3	2,8	2,50	27,5
11 Üzüm Turşusu	2,8	2,5	3,1	1,8	2,8	1,00	3,1	1,6	1,3	1,33	21,6
12 Nevşehir Tava	3,8	3,5	4,0	3,1	3,8	3,33	3,5	1,1	3,1	3,33	<u>32,8</u>
13 Nevşehir Çiğemesi	3,0	2,6	3,6	2,6	3,6	1,83	2,8	2,1	2,0	2,17	26,6
14 Tandır Çorbası	3,6	3,1	3,5	2,8	3,5	1,83	3,1	1,6	1,6	2,00	27,0
15 Kayısı Tatlısı/ Dolması	3,3	3,1	3,0	2,1	3,3	1,67	2,6	1,8	1,5	2,33	25,0
16 Şarap	4,0	4,0	4,0	3,8	4,0	3,83	4,0	2,0	3,8	3,67	<b>37,1</b>
17 Nevşehir Simidi	4,0	3,1	4,0	2,2	3,0	2,00	4,0	4,0	2,3	1,40	<u>30,1</u>

N= 18, ( Muhteşem Ü:36-40, Üstün Ü: 30-35, Uygun:20-29, Sıradan Ü:6-19, Yetersiz Ü, Kaynak: Barrera ve Bringas, 2009)

Tablo 3.5’de Nevşehir iline ait 17 adet gastronomik ürünün analiz sonuçları yer almaktadır. Analiz sonuçlarına göre Nevşehir gastronomik ürünleri içinde en yüksek toplam puanı, Nevşehir Kabak Çekirdeği (38,83) alırken en düşük ise Üzüm Turşusu (21,67) almıştır. Tablo incelendiğinde Nevşehir’in yerel mutfak ürünlerinden Nevşehir Kabak Çekirdeği (38,8), Nevşehir Testi Kebabı(38,3) ve Şarap (37,1) **Muhteşem Ürün** sınıfında yer aldığı görülmektedir. Kuru Üzüm ( 34,8), Üzüm Pekmezi (34,8), Kaymaklı Kuru Kaymağı (34,0), Nevşehir Tava (32,8) ve Nevşehir Simidi (30,1) **Üstün Ürün** sınıfına giren ürünlerdir. **Uygun Ürün** sınıfında yer alan ürün sayısı ise dokuzdur. Aynı zamanda Nevşehir iline ait ürünler arasında sıradan ve

yetersiz ürün sınıfında herhangi bir yerel ürün yer almamaktadır. Tabloya bakıldığında, Türk Mutfak kültürünün en önemli temsilcilerinden biri olan tarhananın Nevşehir yöresinde yapılan çeşidine üreticinin yeterli ilgi göstermediğini söylemek mümkündür. Üstün ürün sınıfında yer alan şarabın ise kalkınmada destek kriterinden düşük puan (1,40) aldığı görülmektedir. Buna göre tarım ve tarımsal kalkınma konularında, bölge yetkilileri tarafından belirlenen önceliklere dâhil edilmesi üzerine çalışmaların yapılması gerekmektedir. Nevşehir tavanın coğrafi işaret kriterinden düşük puan alırken diğer kriterlerden yüksek puan topladığı görülmektedir. Yapılan detaylı analizler sonucu süpürge pekmezi, üzüm turşusu, Nevşehir tarhanası, Kaymaklı ekmeği, çömlek peyniri ve kayısı dolmasının üretici ilgisi, gastronomik arz-talep ve pazardaki durumu kriterlerinde düşük puanlar almıştır. Bu sonuçlar başta yerel yöneticiler olmak üzere tüm paydaşların ele alması gereken önemli bir durumdur.

Nevşehir yerel mutfak ürünlerinin analiz sonuçlarına göre; Nevşehir kabak çekirdeği, Nevşehir testi kebabı ve şarap oluşturulacak gastronomi rotalarında kesinlikle yer alacaktır. Kuru üzüm, üzüm pekmezi, Kaymaklı kuru kaymağı, Nevşehir tava ve Nevşehir simidi rotalarda yer alacak, diğer ürünler ise rotaya entegre edilecektir. Ayrıca katılımcılar tarafından Nevşehir yerel mutfak kültürüne ait, Derinkuyu çileği, aside, acılı, ağpakla (kuru fasulye), dıvıl, ayva dolması ve perver'in gastronomi rotasına entegre edilebileceği ile ilgili görüş belirtilmiştir.

Aksaray, Kayseri, Niğde ve Nevşehir illerine ait yerel mutfak kültürüne ait doksan iki ürün, 10 kriter ile analiz edilerek, hangi yerel mutfak ürünlerinin gastronomi rotasında yer alacağı belirlenmiştir. Analiz sonuçlarına Kayseri mutfak kültürüne ait Kayseri Sucuğu ve Kayseri Pastırması (39,6) en yüksek, Kayseri mutfak kültürüne ait Soğan Baskısı (9,4) ise en düşük toplam puanı almıştır. Aksaray Tahinlisi (36,7) ve Niğde Tahinlisi (38,2) yüksek puanlar toplayarak muhteşem ürün sınıfında yer almaktadır. Kayseri mutfak kültürüne ait Tahinli Katmer ise 33,6 puan toplamıştır. Bu durum bölge mutfak kültürünün birbirine benzerliğinin bir kanıtı olabilir. Aynı şekilde kabak çekirdeği Nevşehir ve Niğde illerinde yüksek puan toplamıştır. Hazırlama ve pişirme teknikleri aynı olan Niğde Tava (37,8), Gelveri Tavası (36,3) ve Nevşehir Tava (32,8) birbirlerine yakın puanlar toplamışlardır. Bu urum ise benzer malzemeler ve benzer

tekniklerle hazırlanan yiyeceklerin farklı bölgelerde farklı isimler aldığı kanıtı olabilir.

Analiz sonuçlarına göre 18 ürün Muhteşem Ürün sınıfına girerek, bir gastronomi rotasında kesinlikle yer laması gereken ürün olmuştur. Muhteşem ürün sınıfında yer alan ürünler gelecekte oluşturulacak ürün temalı bir gastronomi rotasına ismini verebilecek niteliktedirler. Örneğin; Kapadokya Şarap Rotası veya Kabak Çekirdeği Rotası gibi. Üstün Ürün sınıfına 19 ürün girerek gastronomi rotasında yer alabilecek kriterleri sağlamıştır. Uygun Ürün ve Sıradan Ürün sınıfına giren 55 ürün ise oluşturulacak gastronomi rotasında ana ürünlere entegre edilerek rotayı destekler durumdadır. Analizi yapılan ürünler içerisinde yetersiz ürün sınıfına giren herhangi bir ürün bulunmamaktadır. Bu ürünler aşağıda verilmiştir.

**Muhteşem Ürünler:** Kayseri Pastırması, Kayseri Sucuğu, Şebit Yağlaması, Darboğaz Kirazı, Kayseri Mantısı, Nevşehir Kabak Çekirdeği, Nevşehir Testi Kebabı, Niğde Tahinli Pidesi, Bor Söğürme, Niğde Tava, Şarap, Şerbetli Pide, Aksaray Tahinlisi, Kâğıtta Pastırma, Gelveri Tava, Tulum Kebabı, Pöç ve Nevzine Tatlısı

**Üstün Ürünler:** Yağ Mantısı, Köfter, Gelveri Ekmeği, Kuru Üzüm, Üzüm Pekmezi, Tepsi Mantısı, Kaymaklı Kuru Kaymağı, Eşmekaya Koyun Yoğurdu, Fırın Ağzı, Kedi Bacağı, Tahinli Katmer, Nevşehir Tava, Pastırmalı Kuru Fasulye, İncelek Tatlısı, Bandırma, Fertek Halkası, Sarığı Burma, Arabaşı Yemeği ve Nevşehir Simidi

**Uygun ürün:** Şaç Böreği, Aside, Şepe, Çömlek Peyniri, Börek Aşı Çorbası, Kurşun Aşı, Tandır Çorbası, Fertek Çöreği, Nevşehir Çiğlemesi, Kıvrım Börek Tatlısı, Güzelyurt Pekmezi, Niğde Mavisı, Köpük Helvası, Prov Mantısı, Un Kurabiyesi, Kayısı Dolması, Nevşehir Tarhanası, Nevşehir Köftürü, Süpürge Pekmezi, Kaymaklı Ekmeği, Kuru Zerdali Kavurması, Pirinçli Elma Dolması, Mangır Çorbası, Bossulu, Halveter, Bor Arabaşı Çorbası, Üzüm Turşusu, Toyga Çorbası, Pırtımpırt, Üzümlü Gerdan ve Boranasi

**Sıradan Ürün:** Pekmez Helvası, Paluza, Gendime Çorbası, Bezdirme (Yahyalı Usulü), Kayısı Kavurma, Telteli, Yaprak Ditmesi, Sulu Yumurta, Dut Yaprığı Sarması, Erikli Pırasa Yemeği, Pehi, Pancar Peziği, Cüğücük (Düğücü) Tatlısı, Böğür

Dolması, Patlıcan Kovalama, Çatlatma, Omma, Maramisa, Pıtırıt Pilavı ve Soğan Baskısı

Yapılan analizler sonucunda yetersiz ürün sınıfına giren bir yerel mutfak kültürü ürünü bulunmamaktadır.

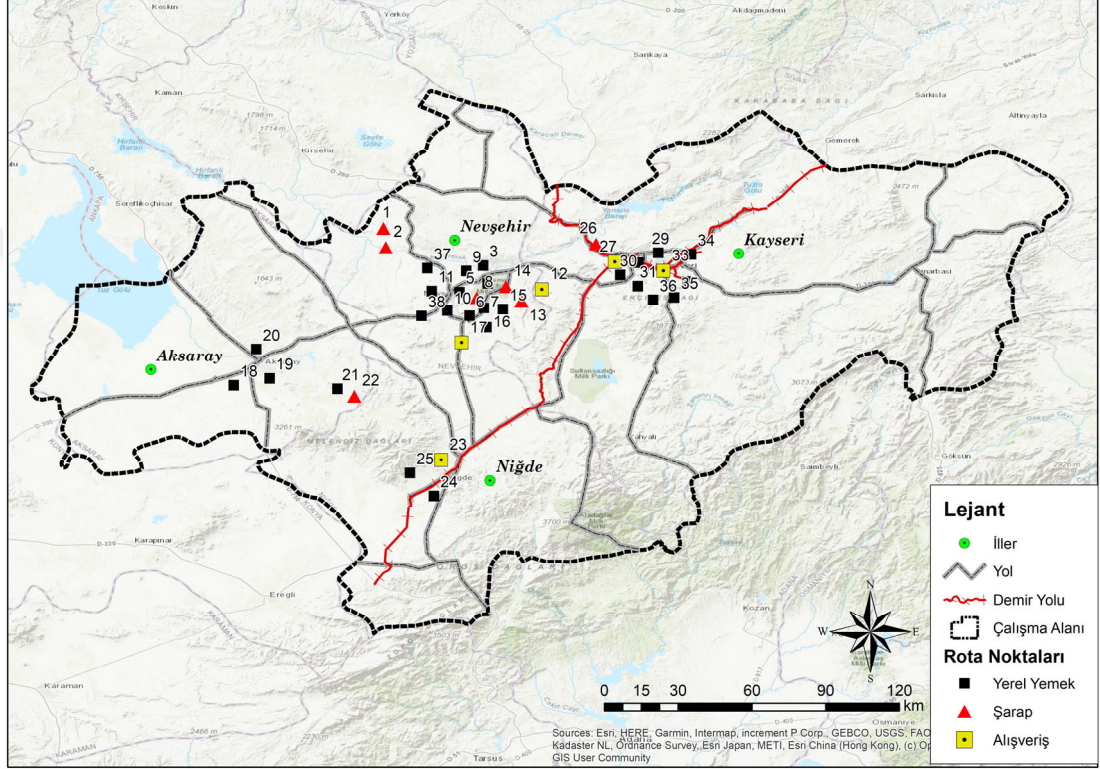
Analiz sonuçlarına göre Kapadokya bölgesini ziyaret edip bölge mutfak kültürünü deneyimlemek ve bölge mutfak kültürünü tanımak isteyen ziyaretçiler, Kayseri pastırması, Kayseri sucuğu, şebit yağlaması, Darboğaz kirazı, Kayseri mantısı, Nevşehir kabak çekirdeği, Nevşehir testi kebabı, Niğde tahinli pidesi, Bor söğürme, Niğde tava, şarap, şerbetli pide, aksaray tahinlisi, kâğıtta pastırma, gelveri tava, tulum kebabı, pöç ve nevzine tatlısını kesinlikle deneyimlemelidir. Örneğin Kayseri’yi ziyaret eden bir ziyaretçi, öğle yemeğinde börek aşı çorbası, Kayseri mantısı veya şebit yağlaması ve Nevzine tatlısından oluşan bir menü tüketirken Kayseri sucuğu ve Kayseri pastırması satın alabilir. Aynı şekilde Nevşehir’i ziyaret eden bir ziyaretçi, tandır çorbası, Nevşehir testi kebabı ve aside tatlısından oluşan bir menü tüketirken kabak çekirdeği satın alabilir.

Çalışmanın sonraki bölümünde gastronomi rotalarında yer alacak yiyeceklerin deneyimlenebileceği noktaları gösterir haritalara yer verilmiştir.

### **3.5.2. Gastronomik Ürünlerin Deneyimlenebileceği Noktalar ile İlgili Bulgular**

Çalışmanın bu bölümünde yerel mutfak kültürüne ait ürünlerin analiz edilmesi ile elde edilen verilerden faydalanarak “muhteşem ürün” ve “üstün ürün” sınıfına giren ürünlerin deneyimlenebileceği işletmeler belirlenerek rotalar oluşturulmuştur. Seyahat acenteleri ve ziyaretçiler tarafından en çok kullanılan güzergâhlarda işletmeler belirlenmiştir. Belirlenen işletmeler üç sınıfa ayrılmıştır. Bunlar; yerel yemek işletmeleri, alışveriş işletmeleri ve şarap işletmeleridir. Telif hakları ve haksız rekabet yaratacağından dolayı belirlenen işletmelerin isimleri kullanılmayarak her biri 1’den başlayarak numara verilmiştir. Bütünleşik bir yaklaşımla oluşturulacak rotalarda konaklama işletmelerine de yer verilmelidir (Barrera, Bringas, 2009). Ancak bölgede konaklama işletmelerinin fazlalığından dolayı oluşturulan haritalarda konaklama işletmelerine yer verilmemiştir.

Gastronomik ürünlerin deneyimlenebileceği noktalar CBS sistemine kaydedildikten sonra genel harita ortaya çıkarılmıştır. Aksaray, Kayseri, Niğde ve Nevşehir illerini kapsayan **Harita 3.2** analizler sonucunda belirlenen gastronomik ürünlerin deneyimlenebileceği yerleri göstermektedir.



**Harita 3.2.** Tüm Gastronomi Noktaları Gösterir Harita

Haritada konumları gösterilen ticari işletmelerin coğrafi konumlarına göre illere dağılımı aşağıdaki gibidir.

- Kayseri il sınırı :11 işletme
- Aksaray il sınırı : 5 işletme
- Niğde il sınırı : 3 işletme
- Nevşehir il sınırı : 18 işletme

Haritada konumları gösterilen işletmelerin faaliyetlerine göre dağılımı aşağıdaki gibidir.

- Şarap işletmesi :6 işletme

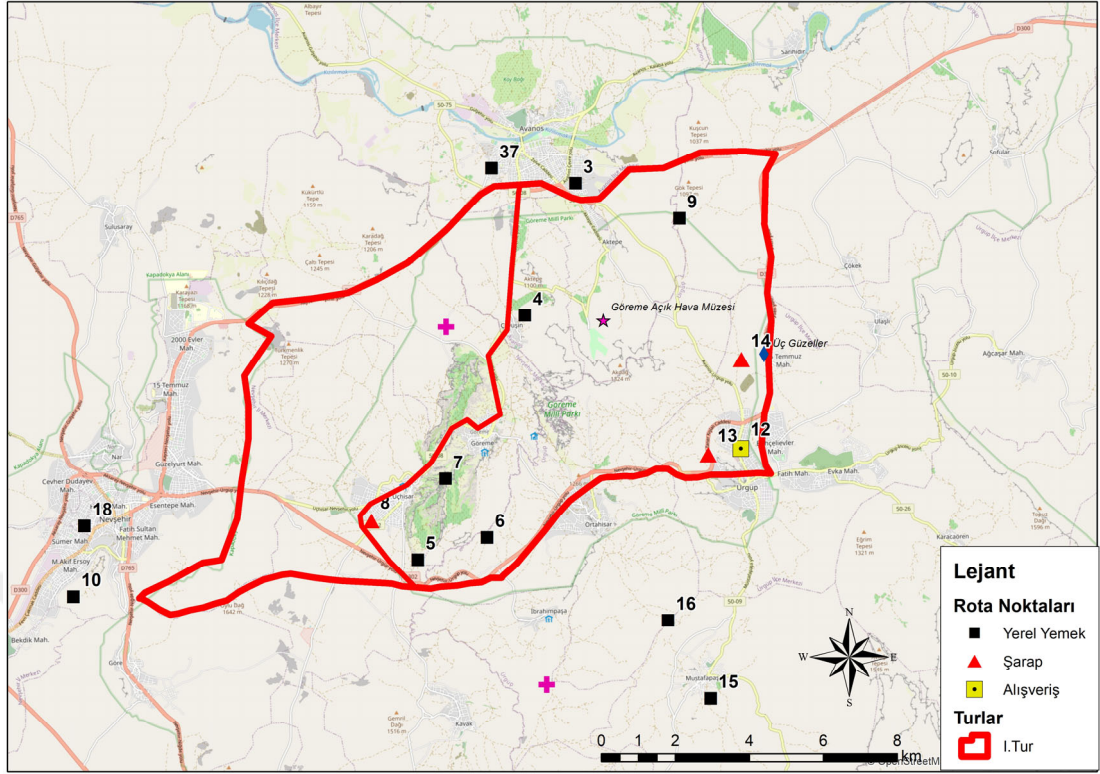


- Alışveriş işletmesi :5 işletme veya nokta
- Yerel yemek işletmesi:26 işletme

Harita 3.2’de belirlenen noktaları birbirine bağlayan üç farklı gastronomi rotası oluşturulmuştur. Oluşturulan budur rotalar kırmızı tur gastronomi rotası, mavi tur gastronomi rotası ve yeşil tur gastronomi rotası olarak isimlendirilmiştir. Oluşturulan bu rotaların detayları sonraki bölümlerde açıklanacaktır.

### **3.5.2.1. Kırmızı Tur Gastronomi Rotası**

Kırmızı tur güzergâhı bölgeye gelen ziyaretçilerin en çok kullandığı güzergâhtır. Göreme, Uçhisar ve Ortahisar kasabaları, Ürgüp ve Avanos ilçesi ve Çavuşin köyü güzergâh üzerinde bulunan başlıca yerleşim yerleridir. Kayalık Kapadokya alanı içerisinde dikdörtgen şeklinde dolaşan güzergah yaklaşık 40 km uzunluğundadır. Göreme Açık Hava müzesi, Aşıklar vadisi, Uçhisar panorama, Uçhisar ve Ortahisar kaleleri, Kızıl Çukur, Güvercinlik vadisi, Ürgüp Üç Güzeller, Devrent vadisi, Zelve Açık Hava müzesi ve Avanos çanak, çömlek atölyeleri ziyaret edilebilecek önemli yerlerdir. Güzergâh üzerinde bulunan bütün yerleşkelerde konaklama imkanı mevcuttur. Kırmızı tur güzergâhına bağlı kalınarak oluşturulan Kırmızı Tur Gastronomi Rotası Harita 3.3’de gösterilmiştir. Kırmızı Tur Gastronomi rotasını kullanan ziyaretçiler Nevşehir yerel mutfak kültürünü deneyimleme ve yerel mutfak kültürüne ait yiyecek ve içecekleri satın alma imkânı bulabileceklerdir.



**Harita 3.3. Kırmızı Tur Gastronomi Rotası**

Harita 3.3 incelendiğinde Kırmızı Gastronomi Rotası'nda üç şarap işletmesi, bir alışveriş bölgesi ve 10 yerel yemek işletmesi bulunmaktadır. Ürgüp ilçesinden sonra güney doğu istikametine doğru yaklaşık 10 km karayolu devam edildiğinde 16 numaralı işletmede Nevşehir yöresi yemekleri tadılabilecektir. İşletme yemek servisi yanında, yemek kursu hizmeti de vermektedir. Öğle ve akşam yemeği hizmeti veren işletmede mantı, yaprak sarma, pastırmalı kuru fasulye, ev baklavası gibi birçok yemek tadımı yapılabilir ve yapımı öğrenebilir.

Kapadokya bölgesini ziyaret eden ziyaretçilerin tatmayı istediği yiyeceklerin en başında testi kebabı gelmektedir. Dana eti, domates, biber, sarımsak ve çeşitli baharatların harmanlandıktan sonra bölgede üretilen testilere doldurulduktan sonra testinin ağız hamur ile kapatılıp yaklaşık iki saat pişirilmesi şeklinde hazırlanan bir yemek olan testi kebabı sunumu ile de çok ilgi görmektedir. Testi kebabı pişirildikten sonra sunum için masaya testi ile birlikte getirilir ve masada testi kırıldıktan sonra servis edilmektedir. Kırmızı Gastronomi Rotasını kullanan ziyaretçilerin bölgede testi

kebabi tadabileceği yerler, Göreme Kasabasında 9 numaralı işletme, Avanos ilçesinde 3 numaralı işletme, Uçhisar kasabasında 5 nolu işletme ve Çavuşin köyünde ise 4 numaralı işletmedir. Çavuşin köyünde bulunan 4 numaralı işletmede Testi kebabı yanısıra bölge mutfağına özgü Köftür tatlısı, Nevşehir simidi, Yaprak sarma ve mantı gibi diğer yerel yemekleride tatma imkanı bulunmaktadır.

Nevşehir yerel mutfak kültürüne ait en önemli ürünlerden biri olan Kabak çekirdeğinin satın alınabileceği yer ise 12 numaralı bölgedir. Ürgüp ilçesi merkezinde bulunan bölgede kabak çekirdeği vb. ürünleri satan 4 işletme bulunmaktadır. Bu işletmelerde kabak çekirdeği yanı sıra bölgede üretilen, kuru üzüm, üzüm pekmezi gibi diğer yerel ürünlerde satın alınabilmektedir.

Kapadokya bölgesine ait önemli ürünlerden bir olan şarap ise Uçhisar kasabasında 8, Ürgüp ilçesinde 13 ve 14 numaralı işletmelerde tadım yapılabilecek ve satın alınabilecektir. Şarap üretimi, tadımı ve satışı yapan bu işletmelerde bölgedeki bağlardan elde edilen üzümlerden yapılan şarapları satmaktadır. Şarap üretimi ve satışı bölge için çok önemli olmasına rağmen ziyaretçilerin bağ bozumu ve şarap üretim sürecine katılabileceği bir işletme tespit edilememiştir. Üzüm bağlarını görmek isteyen ziyaretçiler rota dışına çıkarak Gülşehir ilçesinde bulunan 2 numaralı işletmenin bulunduğu bölgeyi ziyaret edebilirler. Butik üretim şarapları deneyimlemek isteyen ziyaretçiler ise Kayseri- Ankara (D-260) yolu üzerinde bulunan 26 numaralı işletmede bu deneyimi yaşayabilirler. Yirmi altı numaralı işletme sınırlı sayıda şarap üretmekte olup ziyaretçiler Eylül- Ekim aylarında bağ bozumu etkinliklerine de katılabilirler. Kapadokya bölgesi için şarap rotaları özel olarak çalışılması gereken bir konudur.

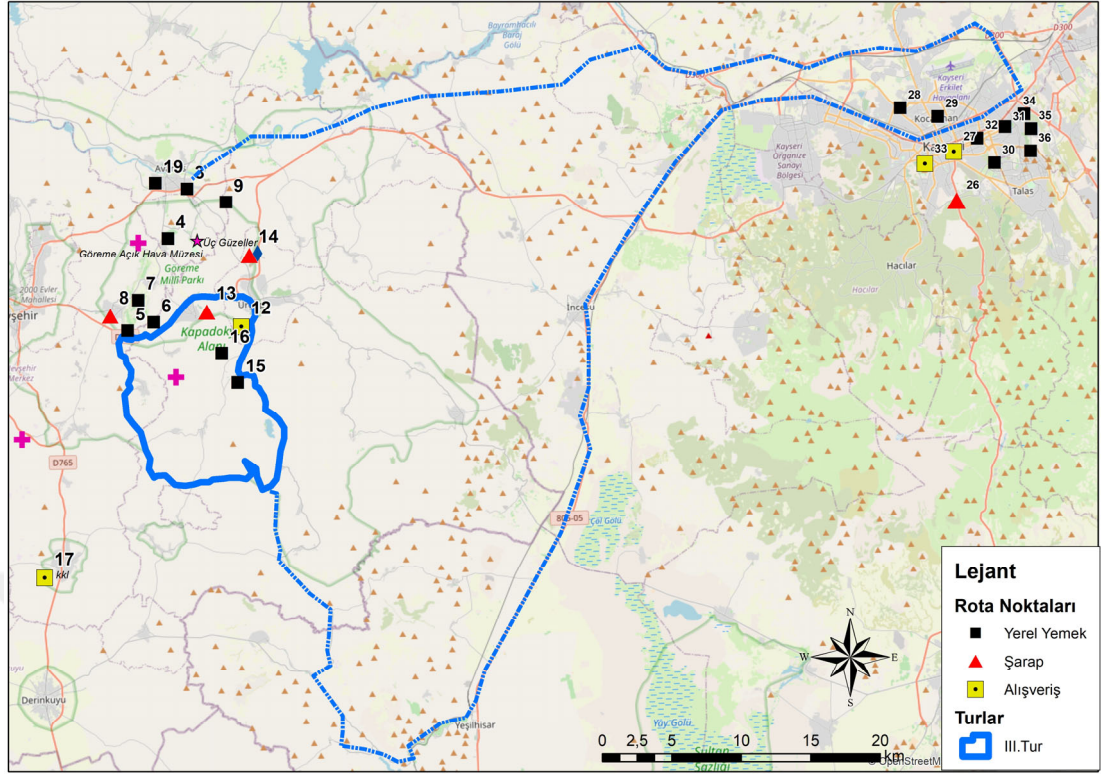
Kırmızı Gastronomi Rotasını kullanan ziyaretçiler Nevşehir ili şehir merkezine uğrayarak 10 numaralı işletmede Nevşehir tava ve çiğleme tüketebilirler. Bölge yemeklerinin ev kadınları tarafından hazırlandığı Uçhisar kasabasında bulunan 7 numaralı işletmede mantı, cevizli erişte, yaprak sarma, lahana sarma ve aside tatlısı gibi birçok yemeği tadabileceğiniz bir işletmedir.

Kırmızı Tur Gastronomi rotası Kayalık Kapadokya bölgesi içerisinde oluşturulmuş bir güzergahtır. Bu rotayı kullanan ziyaretçiler Nevşehir mutfak kültürüne ait yiyecek ve

içecekleri deneyimleyerek mutfak kültürü hakkında bilgi sahibi olabilirler. Ayrıca bölgeye ait yiyecek ve içecekleri satın alarak yaşadıkları yerlere götürebilirler.

### **3.5.2.2. Mavi Tur Gastronomi Rotası**

Mavi tur güzergahı Kayseri sınırları içerisinde bulunan Soğanlı Vadisi'ni ziyaret etmek amacı ile düzenlenmiş bir güzergahtır. Güzergah uzunluğu gidiş dönüş yaklaşık 135 km'dir. Gidiş yolundan dönüş yapılmayıp Soğanlıdan sonra güney doğu yönünde ilerleyip Niğe- Kayseri otoyolunu (D-805) kullanarak, Kayseri şehir merkezine ulaşıp tekrar bölgeye dönüldüğünde ise güzergah uzunluğu yaklaşık 200 km'dir. Soğanlı vadisi, Ürgüp ilçesi şahinefendi köyü sınırları içerisinde bulunan Sobesos Antik şehri, Kaymaklı Yeraltı şehri, Derinkuyu Yeraltı şehri ziyaret edilecek önemli ziyaret yerleridir. Mavi turun net bir güzergahı olmayıp farklı gidiş dönüş uygulamaları bulunmaktadır. Çalışmanın ana amacı Bölge için gastronomi rotası oluşturmak olduğu için Mavi Tur Gastronomi Rotasına standart güzergah dışında Göreme veya Ürgüp balangı olmak üzere, Mustafapaşa- Cemil köyü- Soğanlı köyü, Yeşilhisar ilçesi-Kayseri il merkezi ve Göreme veya Ürgüp bitiş olacak şekilde Kayseri ili yerel mutfak kültürünün de deneyimlenebileceği bir alternatif rota eklenmiştir. Mavi Tur Gastronomi Rotası **Harita 3.4**'te gösterilmiştir.



**Harita 3.4.** Mavi Tur Gastronomi Rotası

Mavi Tur Gastronomi rotasını kullanan ziyaretçiler Sobesos Antik Kentini ve Soğanlı Vadisini ziyaret ettikten sonra D-805 karayolunu kullanarak Kayseri il merkezine ulaşmaktadırlar. Kayseri şehir girişinde yer alan 27 numaralı işletmede Kayseri yemek kültürünün en önemli ürünlerinden olan Kayseri Pastırması ve Kayseri sucuğu satın alabilirler. Kayseri Pastırması ve Kayseri Sucuğunun satın alınabileceği başka nokta ise 33 numaralı alandır. Bu alan Kayseri il merkezinde yer alan Cumhuriyet Meydanı olup pastırma ve sucuk satıcılarının kümeleştiği bir bölgedir ve üç yüzden fazla satıcı bulunmaktadır. Ziyaretçiler bu alanda aynı zamanda Kayseri mantısı ve çemen gibi diğer yöresel ürünlere de ulaşabilirler. Cumhuriyet Meydanına yürüyüş mesafesi 5 dakika olan 35 numaralı işletmede ise Kayseri mutfağına ait farklı bir tarif olan dana pöç kebabını tadabilirler. Büyükbaş hayvanların kuyruk kısmından elde edilen kemikli etlerin toprak güveçlerde yaklaşık oniki saat fırında pişirilmesi ile yapılan pöç kebabı sıradışı bir yemektir. Ziyaretçilerin bu işletmede denemesi gereken başka bir lezzet ise Gilaburu suyudur. Ziyaretçiler aynı işletmede Kayseri mantısı ve Nevzine tatlısı bulabilirler. Kayseri’de 32 ve 36 numaralı işletmeleri giden ziyaretçiler Kâğıtta pastırma, Kayseri sucuğu, Develi civıklısı, Kayseri mantısı, şebit yağlaması ve nevzine

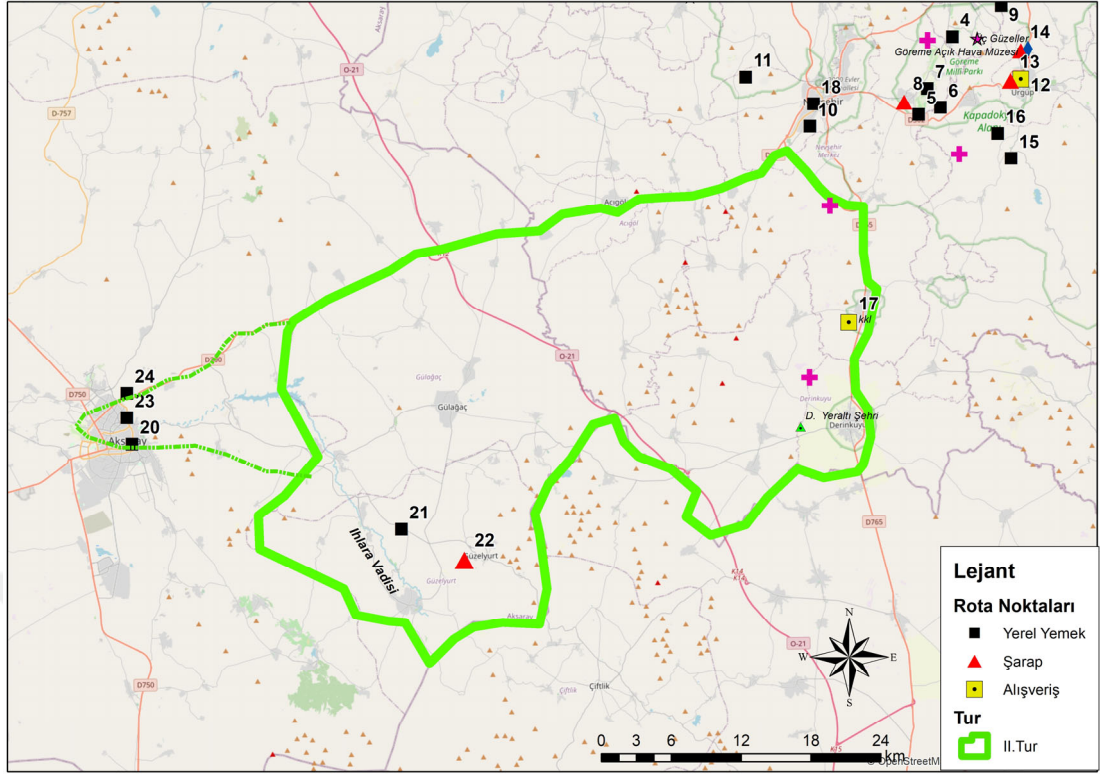
tatlısını deneyimleyebilirler. Kayseri mutfağına özgü bir pide olan Develi cıvıklısının 34 numaralı işletmedir. Sadece Nevzine tatlısını tamak isteyen ziyaretçilerin gitmesi gereken başka bir işletme ise 29 numaralı işletmedir. İşletmede diğer tatlıların yanı sıra Nevzine tatlısı satışı da yapılmaktadır.

Kayseri mutfak kültürüne ait yiyecek ve içecekleri tatmak isteyen ziyaretçilerin gitmesi gerek başka bir işletme ise 28 numaralı işletmedir. İşletmede Kayseri mantısı, şebit yağlaması, tepsi mantısı, yağ mantısı tadılabilir. İşletmede ayrıca Kayseri mantısı satın almak isteyen ziyaretçiler için paketlenmiş çiğ mantı satışı yapılmaktadır. Ayrıca işletmede birçok Kayseri lezzetini tek tabakta toplayan Kayseri tabağı da bulunmaktadır.

Mavi Tur Gastronomi rotasını kullanan ziyaretçiler Kayseri yerel mutfak kültürüne ait birçok öğeyi tatma ve satın alma imkanı bulabileceklerdir. Rota Kayseri bölgesinin tüm lezzetlerini barındırmaktadır.

### **3.5.2.3. Yeşil Tur Gastronomi Rotası**

Yeşil tur güzergahı yer altı şehirlerini ve Ihlara vadisini ziyaret etmek amacı ile düzenlenmiş bir güzergâhtır. Kapadokya bölgesindeki en uzun güzergahlardan biridir. Kullanılan karayollarına göre yaklaşık 130 km uzunluğunda olan güze gâh üzerinde Merkez/ Nevşehir, Kaymaklı Kasabası, Derinkuyu, Suvermez Kasabası, Güzelyurt/ Aksaray, Ihlara Köyü ve Selime Köyü bulunmaktadır. Aynı güzergahtan geri döneceği gibi Selime'den sonra Gülağaç/ Aksaray ve Saratlı Kasabasından sonra D-300 yolunu kullanarak bölgeye geri dönebilir. Kaymaklı veya Derinkuyu yer altı şehri, volkanik bir göl olan Narlı Göl, Güzelyurt Kilise Camii (Aziz Gregorius Kilisesi) , Ihlara Vadisi, Selime Katedrali ve Peri Bacaları, Selime Sultan Türbesi ve Saratlı yer altı şehir güzergah üzerinde bulunan ziyaretçiler tarafından ziyaret edilebilecek önemli yerlerdir. Güzergah üzerinde Kaymaklı ve Güzelyurt'ta konaklama imkanı bulunmaktadır. Yeşil tur güzergâhına bağlı kalınarak oluşturulan Yeşil Tur Gastronomi Rotası, **Harita 3.5'**te gösterilmiştir.



**Harita 3.5.** Yeşil Tur Gastronomi Rotası

Yeşil Tur Gastronomi Rotası Nevşehir ve Aksaray il alanlarını da kapsadığı için hem Nevşehir hem de Aksaray Mutfak kültürünün deneyimlenebileceği bir rotadır. Fakat rota üzerinde yerleşim alanlarının azlığı ve kırsal yerleşim alanları olmasından dolayı az sayıda işletme bulunmaktadır. Yeşil gastronomi rotasını kullanan ziyaretçiler, Kaymaklı kuru kaymağı, Kaymaklı çöreği, uygun mevsimde Derinkuyu çileği, Gelveri tava, Gelveri ekmeği ve şarap deneyimleyebileceklerdir. Yeşil Gastronomi Rotasını kullanan ziyaretçiler yollarını toplam 60 km daha uzatarak Merkez/Aksaray'a ulaşarak Aksaray mutfak kültürüne ait daha fazla ürünü deneyimleme imkânı bulabilirler.

Harita 3.5 incelendiğinde ziyaretçilerin Yeşil Gastronomi Rotası üzerinde bölge mutfak kültürünü deneyimleyebileceği üç işletme belirlenmiştir. Derinkuyu'da bulunan 17 numaralı işletme Kaymaklı Kuru kaymağı ve Kaymaklı ekmeği, köftür satın alınabilecek, 22 numaralı işletme Gelveri Şarabının tadımının yapılabilecek ve satın alınabileceği işletme ve 21 numaralı işletme ise Gelveri tava ve Gelveri ekmeği başta olmak üzere diğer yöresel yemeklerin tadılabileceği işletmedir. Ayrıca Yeşil Gastronomi rotasının kullanan ziyaretçiler Derinkuyu ilçesinden Güzelyurt istikametinde doğru yol boyunca bulunan çilek tarlalarından toplanmış çilekleri yol üstü

satıcılarından satın alabilirler. Yeşil Tur Gastronomi rotasını kullanan ziyaretçiler Selime'den sonra 27 km Aksaray yönüne devam ederek Aksaray şehir merkezine ulaşabilmektedir. Aksaray şehir merkezinde, Aksaray mutfak kültürüne ait deneyimlenebilecek en önemli yiyecekler Aksaray tahinli pidesi, Aksaray tulum kebabı ve Aksaray şerbetli pidesidir. Kemikli kuzu etinin bir gün dinlendirildikten sonra tuz, karabiber ve kekik ile harmanlanarak, tulum şeklinde çıkarılmış kuzu derisi içerisinde sıcak toprağa gömülerek pişirilen bir yemek olan tulum kebabı, 18 numaralı işletmede tadılabilir. Peynirli pidenin şeker şerbeti ile servis edildiği kahvaltı ve diğer öğünlerde tüketilebilen şerbetli pide ise 19 numaralı işletmede deneyimlenebilir. Yufka kalınlığında açılan mayalı hamurun içerisine tahin sürüldükten sonra katlanıp fırında pişirilmesi ile ortaya çıkan bir ürün olan Aksaray tahinli pidesi 19 numaralı işletmeden satın alınabilir. Aksaray tahinli pidesi özellikle ramazan ayında olmak üzere her zaman tercih edilen bir pidedir.

Yeşil gastronomi rotası Nevşehir ve Aksaray mutfak kültürüne ait ürünlerin deneyimlenebileceği bir rotadır. Rotayı kullanan ziyaretçiler doğal ve kültürel varlıkların yanında yerle mutfak kültürüne ait öğeleri de tatma fırsatına sahip olacaklardır.

Çalışma kapsamında Kapadokya bölgesini kapsayacak şekilde üç farklı gastronomi rotası oluşturulmuş ve rotalarda deneyimlenmesi gereken yerel mutfak ürünleri ve bu ürünlerin deneyimlenebileceği noktalar belirtilmiştir. Oluşturulan rotaları takip eden ziyaretçiler bölge mutfak kültürünü tanıma fırsatı bulacaklardır.



## SONUÇ ve ÖNERİLER

Son yıllarda gastronomi ve gastronomi turizmine olan ilgi hem tüketici hem de yerel halk ve üreticiler nezdinde oldukça artmıştır. Özgünlük arayışında olan turistler yerel mutfak kültürünü tanımak ve kültürel bir deneyim yaşamak isterken, yerel halk ve destinasyon paydaşları sahip oldukları yerel mutfak kültürünü en iyi şekilde pazarlamak istemektedir. Gastronomiye artan ilgi ile birlikte ortaya çıkan ve gelişen gastronomi rotaları, yerel mutfak kültürünü deneyimlemek isteyen ziyaretçiler için kılavuz niteliğindedir. Gastronomi rotalarının tarihi ile ilgili kesin bir tarihten bahsetmek zor olsa da 1980' li yıllarda şarap turizmini geliştirmek için Fransa ve İtalya da oluşturulan gastronomi rotaları, gastronomiye artan ilgi ile birlikte farklı ülke ve bölgelerde farklı temalarda gelişen bir eğilimdir. Gastronomi rotaları, ziyaretçiler için, bir bölgenin yerel mutfak kültürünü öğrenme, yerel kültür ile etkileşime geçme fırsatı sunarken, destinasyon için ekonomik, sosyal ve kültürel fayda sağlamaktadır. Sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel çekicilikleri sayesinde her yıl milyonlarca ziyaretçi çeken Kapadokya bölgesi için de benzer şekilde yerel mutfak kültürü tamamlayıcı ve destekleyici bir unsur olabilir. Kapadokya bölgesinde oluşturulacak başarılı bir gastronomi rotası ziyaretçilere bölgenin zengin ve kültürel mirasını keşfetme fırsatı sunacaktır.

Bir gastronomi rotası oluşturmanın ilk adımı bölge mutfak kültürüne ait ürünleri tanımlamak ve analiz etmektir. Analizler sonucunda rotada yer alacak ürünlerin belirlenmesi ile başlayan süreç, ürünlerin deneyimlenebileceği noktaları belirleme ile devam etmekte ve bu noktaları birbirine bağlayarak sonlanmaktadır. Fakat rotanın oluşturulması kadar, sonra atılacak adımlar da rotanın başarılı olmasını belirleyecektir. Rotanın tanıtımı, paydaşların ilgisi, rotanın standartları ve yerel yönetimler ve kamunun tutumu rotanın başarısını etkileyecektir. Bu nedenle Kapadokya bölgesi için gastronomi rotaları oluşturmak amacı ile yapılan bu tez çalışmasında, öncelikle rotada yer alacak yerel mutfak ürünleri belirlenmiş, bu ürünleri deneyimleyebileceği, ziyaretçiler ve acenteler tarafından sık kullanılan güzergâhlar üzerinde bulunan işletmeler tespit edilerek CBS sitemlerinden faydalanılarak üç farklı gastronomi rotası oluşturulmuştur.

Tez kapsamında bölge mutfak kültürüne ait ürünler belirlenmiş ve oluşturulacak rotalarda yer alacak gastronomik ürünleri belirlemek için Arjantin Cumhuriyeti Turizm Bakanlığı ile Amerikan Kalkınma Bankası işbirliği ile başlayan “Arjantin Gastronomi Rotaları ve Güzergahları” adlı proje kapsamında kullanılan ölçüm aracı kullanılmıştır. Ölçüm aracında bir gastronomik ürünün bölge ile bağı, ekonomiye katkısı, arz ve talep durumu ve çevresel yönünü tespit edecek on kriter bulunmaktadır. Aksaray, Kayseri, Niğde ve Nevşehir mutfak kültürüne ait toplam 92 ürün analiz edilmiştir. Ürünleri analiz etmek için kullanılan ölçüm aracı ile bu illerde bulunan devlet ve vakıf üniversitelerinin Gastronomi ve Mutaf Sanatları bölümü ve Aşçılık programlarında görev yapan akademisyenler, aşçılık dernekleri başkanları ve yerel yönetimlerde bulunan gastronomi uzmanları tarafından puanlanmıştır. Puanların aritmetik ortalaması alınarak toplam puana göre ürünler muhteşem ürün, üstün ürün, uygun ürün, sıradan ürün ve yetersiz ürün olmak üzere beş sınıfa ayrılmıştır. Analiz sonucunda 18 ürün muhteşem ürün, 19 ürün ise üstün ürün sınıfına girerek oluşturulacak rotalarda kesinlikle yer alması gerektiğine karar verilmiştir. Analiz edilen uygun ürün ve sıradan ürün sınıfına giren 55 ürün ise rotaya entegre edilerek rotayı desteklemektedir.

Zengin bir mutfak kültürüne sahip Kapadokya bölgesinin mutfak kültürünün yapılan analizler sonucunda yeterince ticarileşemediğini söylemek mümkündür. Özellikle turistik hareketliliğin en yoğun olduğu yer olan Nevşehir ilinde ticarileşmiş ürün sayısı çok azdır. Testi kebabı birçok yiyecek içecek işletmesinin menüsünde yer alan tek yerel mutfak ürünüdür. Ziyaretçiler Nevşehir yerle mutfak kültürüne ait deneyimleyebileceği bir diğer ürün ise kabak çekirdeğidir. Kabak çekirdeğinin birçok noktada satışı yapılmaktadır.

Kapadokya Bölgesinin kapsadığı bir diğer il olan Kayserinin yerel mutfak zenginliği ve ticarileşmesi bakımından önde olduğunu söylemek mümkündür. Et ve et ürünleri, hamur işleri ve et ile hamurun birleştiği birçok ürüne sahip olan kayseri yerel mutfak ürünlerini ticarileştirmekte de başarılıdır. Özellikle ziyaretçilerin deneyimlemesi gereken ürünlerin başında Kayseri sucuğu, Kayseri pastırması, şebit yağlaması, Kayseri mantısı, tepsi mantısı, nevine tatlısı ve dana pöç yer almaktadır. Kayseri’yi

ziyaret eden ziyaretçilerin her ürünü tadabileceği veya satın alabileceği iki veya daha fazla nokta bulunmaktadır.

Çalışma kapsamında yerel mutfak ürünlerinin analiz edildiği bir diğer il olan Aksaray ili mutfak kültüründe öne çıkan ürünler Gelveri tava, Gelveri çöreği, tulum kebabı, Aksaray şerbetli pidesi ve Aksaray tahinlisidir. Aksaray mutfak kültürünün de yeterince ticarileşemediğini söylemek mümkündür. Birçok ziyaretçinin ziyaret ettiği Güzelyurt ilçesi, Selime ve Ihlara köylerinde yerel mutfak ürünlerinin deneyimlenebileceği işletme sayısı sınırlıdır.

Çalışma kapsamında analiz edilen Niğde mutfak kültürüne ait öne çıkan ürünler Niğde tavası, Bor söğürme, Darboğaz kirazı ve Niğde tahinli pidesidir. Niğde mutfak kültürüne ait birçok yemek hala evlerde hazırlanmakta ve ticari işletmeler tarafından menülerinde yer verilmemektedir. Yerel mutfak ürünlerinin deneyimlenebileceği işletme sayısı sınırlıdır. Türk Mutfak Kültüründe çok karşılaşılmayan ve farklı bir tarif olan Dut Yaprağı Sarması Yemeği'nin, Temsil Gücü kriterinden 2,3 puan alırken, üretici ilgisi ve arz sürdürülebilirliği kriterlerinden 1 puan aldığı görülmektedir. Bu tür farklı yiyecekler bölge mutfak kültürüne değer ve farklılık katmaktadır ve korunması gerekmektedir. Tüm paydaşların amaç birlikteliği yaparak bu tür yiyecekleri geliştirmeli ve bölge gastronomisine kazandırmalıdır.

Bütünleşik bir yaklaşım ile Kapadokya bölgesi mutfak kültürü ele alındığında birçok yerel yemeğin sadece evlerde evlere yapıldığı, yiyecek içecek işletmelerinde satış ve sunumunun yapılmadığı, bazı ürünlerin ise önceden bilgi vermek suretiyle ziyaretçilere sunulmak üzere yapıldığını söylemek mümkündür. Ticarileşmiş Gelveri tava, Bor söğürme, testi kebabı, Nevşehir tava, fırın ağzı, Niğde tava gibi ürünler aynı malzemeler ve pişirme yöntemi ile hazırlanmaktadır ve benzer lezzette sahiptirler. Bu ürünlerin birini tadan ziyaretçiler diğerlerini tattığında benzer lezzetleri deneyimleyeceklerdir.

Ziyaretçiler ve Kapadokya bölgesinde faaliyet gösteren seyahat acenteleri tarafından sıklıkla kullanılan, mavi tur, kırmızı tur, yeşil tur olmak üzere üç farklı tur güzergâhı bulunmaktadır. Kırmızı tur güzergâhı Kapadokya kayalık alanlarını, yeşil tur

Derinkuyu ve Kaymaklı yer altı şehirleri ve Ihlara vadisi, yeşil tur ise Soğanlı vadisini gezmek amacı ile düzenlenmektedir. Bu tur güzergâhlarını kullanarak oluşturulan rotalar şunlardır;

**Kırmızı tur gastronomi rotası**, Avanos, Göreme, Uçhisar, Ortahisar ve Ürgüp yerleşkelerini kapsamaktadır ve en sık kullanılan tur güzergâhı üzerindedir. Ziyaretçilere Nevşehir yerel mutfak kültürünü yakından tanımayı vadetmektedir. Nevşehir testi kebabı, Nevşehir kabak çekirdeği, Nevşehir simidi, şarap, Nevşehir tava ve tandır çorbası rotada yer alan ana ürünlerdir. Rota üzerinde, ziyaretçilerin bu ürünleri deneyimleyebileceği on iki nokta bulunmaktadır.

**Mavi Tur Gastronomi Rotası**, Göreme Kasabası veya Ürgüp ilçesinden başlayarak Mustafapaşa, Soğanlı, İncesu yerleşkelerini kapsamaktadır. Mavi tur güzergahına alternatif rota eklenerek Kayseri il merkezini kapsayacak şekilde genişletilmiştir. Ziyaretçilere Kayseri mutfak kültürünü vadetmektedir. Rota üzerinde on altı nokta bulunmaktadır. Kayseri sucuğu ve pastırması, Kayseri mantısı, şebit yağlaması, Nevzine tatlısı, tepsi mantı, kağıtta pastırma, tepsi mantı gibi yerel yemekleri tadabilir ve paketlenmiş sucuk, pastırma, mantı gibi yiyecekleri satın alabilirler.

**Yeşil Tur Gastronomi Rotası**, Göreme kasabasından veya Ürgüp ilçesinden başlayarak Kaymaklı, Derinkuyu, Güzelyurt, Ihlara ve Selime köylerini kapsamaktadır. Selime köyünden sonra dönüş yolu için alternatif eklenerek Aksaray il merkezini kapsayacak şekilde genişletilmiştir. Rota ziyaretçilere Nevşehir ve Aksaray yerel mutfak kültürünü vadetmektedir. Rota üzerinde bulunan altı noktada ziyaretçiler yerel mutfak kültürünü deneyimleyebileceklerdir. Kaymaklı kuru kaymağı, Derinkuyu çileği, Gelveri tava, Gelveri çöreği, tulum kebabı, Aksaray tahinlisi ve şerbetli pide rotada bulunan yiyeceklerdir.

Kapadokya bölgesi için gastronomi rotaları oluşturmak için yapılan bu çalışmadan faydalanılarak aşağıdaki öneriler getirilmiştir:

- Dünyada ve Türkiye’de başarılı olmuş ve amacına ulaşmış gastronomi rotaları incelendiğinde, rota bölgesinde bulunan tüm paydaşların ortak amaç için hareket ettiği görülmektedir. Kapadokya bölgesinde bulunan, yiyecek içecek

işletmeleri, yerel üreticiler, seyahat acenteleri, turist rehberleri, üniversiteler ve yerel yönetimler ve kamu otoritelerinin başarılı bir gastronomi rotası oluşturma konusunda hemfikir olarak ortak sorumluluk alabilirler.

- Gastronomi rotaları için belli standartlar oluşturulmalı ve rota paydaşlarının bu standartlara bağlılığı denetlenmelidir. Ayrıca gastronomi rotasında yer alan paydaş noktalar oluşturulacak tabelalarla ile rotaya dahil olduğunu ve ziyaretçilerin kolaylıkla bulabileceği şekilde yönlendirmeleri yapılmalı.
- Bölge mutfak kültürüne ait daha fazla ürün coğrafi işaret ile tescillenerek korunmalı ve tescillenen ürünleri üreten ve pazarlayan işletmeler ve yerel üreticiler için sıkı bir denetim mekanizması kurulmalıdır.
- Kapadokya bölgesinde faaliyet gösteren acenteler ve bölgede çalışan turist rehberlerinin bölge mutfak kültürü hakkında bilgilendirilmesi, bölge mutfak kültürünün gelişmesini ve gastronomi rotalarının başarılı olmasını sağlayacaktır.
- Bölgede faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmelerinin menülerinde bölge mutfak kültürüne ait çok az yemek bulunmaktadır. Bu tür işletmeler ticari kaygılardan dolayı bölge yemeklerine menülerinde yer vermiyor olabilir. Bölgede yer alan üniversitelerin gastronomi ve mutfak sanatları bölümleri, bölge aşçıları ve sektör temsilcilerini bir araya geleceği çalıştay ve laboratuvar çalışmaları ile bölge yemekleri yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yer alabilir hale getirilmelidir.
- Bölge mutfak kültürü hakkında küçük broşürler bastırılarak ziyaretçilere ücretsiz dağıtılıp, ziyaretçilerin bölge mutfak kültürüne olan merak ve istekleri arttırılarak, yiyecek içecek işletmelerinin bu tür yemekleri menülerine eklemeleri sağlanabilir. Ayrıca farklı dillerde hazırlanan bu broşürler kitle turizminin yoğun olduğu yerlerde tur araçlarına dağıtılarak ilgi arttırılabilir.
- Şarap bir destinasyonun en önemli gastronomik öğelerinden biridir. Kapadokya bölgesinde Şarap turizmini geliştirmek için bir Şarap rotası

oluşturulabilir. Bölgede faaliyet gösteren, kolay ulaşılabilen beş işletme çoğunlukla şarap tadımı ve satışı yapmaktadır. Bölgede şarap üretimi yapan işletmelerin katılmaya gönüllü olacağı bu rotada, mahzen ziyaretleri, şarap tadımı, bağ bozumu, şarap üretimi vb. etkinlikler dâhil edilebilir.

- Tasarlanacak mobil uygulamalar ile tur güzergâhları üzerinde yer alan yerleşkelerde yaşayan ev sahiplerinin ziyaretçileri evlerinde ağırlamaları imkânı verilebilir. Ev sahipleri kendi belirleyecekleri kişi sayısına, bölge mutfak kültürüne ait ürünleri hazırlayıp sunabilir. Böylelikle ziyaretçiler onlar gibi pişirme ve onlar gibi yeme deneyimi yaşayabilirler.
- Kabak çekirdeği Nevşehir yerel mutfağına ait özel bir üründür ve coğrafi işaret sistemi ile tescil edilmiştir. Bu kadar önemli bir ürün olan kabak çekirdeği ile ilgili satın almanın haricinde her hangi bir etkinlik bulunmamaktadır. Bölgede hasat Eylül ayının ikinci yarısı ve Ekim ayının ilk yarısı yapılmaktadır. Yerel üreticiler, çekirdeklik kabak çekirdeği hasadı, çekirdek ayıklama ve kavurma gibi etkinlikleri ziyaretçiler ile paylaşma, seyahat acenteleri bu tür etkinlikleri pazarlama konusunda desteklenmeli ve teşvik edilmelidir. Ayrıca Nevşehir ilinin tamamında üretilen bu ürün ile ilgili bir festival düzenlenebilir.
- Gastronomi rotaları Avrupa ülkelerinde 1980’li yıllarda, Güney Amerika ülkelerinde 1990’lı yıllarda oluşturmaya başlanmasına rağmen ülkemizde yeni bir kavram olduğunu söylemek mümkündür. Diğer bölgelerde yer akademisyenler teşvik edilerek gastronomi rotaları oluşturma konusunda öncülük edebilirler.
- Bölge mutfak kültürüne ait ürünlerden hikayeleri var olanların hikayelerini derlenmeli veya hikâyeleştirilmeli ve bu hikâyelere menülerde yer verilmelidir.
- Bölge mutfak kültürüne ait olmakla birlikte çalışma kapsamında yapılan analiz sonuçlarına göre oluşturulan rotada yer alamayan ve ticarileşemeyen ürünlerin, akademik çalışmalar ile ticarileşmeme sebepleri araştırılarak ortaya konularak ve çözüm önerileri geliştirilebilir.

- Çalışma kapsamında oluşturulan rotalar ile ilgili seyahat acentaları ve turist rehberlerinin seyahat planı ve zamanı ile ilgili öneri ve görüşleri alınmalıdır. Ziyaretçilerin seyahat zamanlarını dikkate alarak yeni rotalar oluşturulabilir.
- Bölgede yer alan üniversitelerin gastronomi ve mutfak sanatları bölümleri, aşçılık programları ve meslek liselerinin müfredatlarına bölge mutfağını kapsayacak şekilde dersler eklenerek bölge mutfağı öğretilmelidir.
- Yapılacak araştırmalar ile bölgeyi ziyaret eden ziyaretçilerin bölge mutfak kültürüne olan ilgileri ve talepleri incelenerek tespit edilebilir. Ortaya çıkan sonuçlara göre bölge mutfak kültürü ziyaretçilerin beklentilerini karşılayacak şekilde geliştirilebilir.
- Bölgede faaliyet gösteren Ahiler Kalkınma Ajansı, Konya Ovası Projesi Bölge Kalkınma Ajansı ve KOSGEP gibi kurumlar bölge mutfak kültürünün gelişimine katkı sunacak projeleri ve yatırımcıları destekleyebilir.
- Bölge mimarisine uygun ve bölgenin el sanatlarının kullanarak tasarlanmış mekânlarda, bölge mutfak kültürüne ait ürünleri satan ve servis eden, ziyaretçilerin üretimin parçası olabildiği işletme sayısı artırılabilir ve var olan işletmeler desteklenebilir.

## KAYNAKÇA

- Acar Y (2016). Gastronomi turizmi kapsamında Aksaray ili Güzelyurt (Gelveri) yöresel mutfağının unutulmaya yüz tutmuş tatlarının değerlendirilmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 4(1):81-86.
- Adıbelli R (2002) Kapadokya bölgesi'ndeki hristiyanlık tarihi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tarih Anabilim Dalı, Konya.
- Aghasi N H M (2019) Application of GIS for urban traffic accidents: A critical review. *Journal of Geographic Information System*, 11(1), 82-96. doi.org/10.4236/jgis.2019.111007
- Aji R C N, Sukmasetya P (2022) Kajian Literatur Pemanfaatan Sistem Informasi Geografis Untuk Pariwisata Indonesia. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi (JISI)*, 1(2), 37-51 doi.org/10.24127/jisi.v1i2.3174
- Akbulut B A, Yazıcıoğlu İ (2020) Destinasyon markası oluşumunda gastronomik kimlik ve imaj: Konya örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 100-120.
- Akdağ G (2015) Trakya Bağ Rotasını takip eden yerli turistlerin şarap turizmi deneyimleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(3): 3–11.
- Akkor Y E(2019) *Geçmişten Geleceğe Kayseri Mutfağı*, (Kayseri Büyükşehir Kültür Yayınları, Kayseri).
- Akpınar A, Avcı N (2021) Turist rehberliğinde uzmanlaşma: Uzman rehberlere yönelik bir durum çalışması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(2): 755–787.
- Alekseeva N ve Hercegová K (2021) Energy and industrial tourism: A specific niche on the tourism market. *In E3S Web of Conferences* Vol. 250 : 1002. DOI: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125001002>



- Andrade C (2018) Internal, External, and Ecological Validity In Research Design, Conduct, And Evaluation. *Indian Journal of Psychological Medicine*, 5(40), 498-499. doi.10.4103/ijpsym.ijpsym\_334\_18
- Antón C, Camarero C, Laguna M ve Buhalis D (2019) Impacts of authenticity, degree of adaptation and cultural contrast on travellers' memorable gastronomy experiences. *Journal of Hospitality Marketing & Management* 28(7): 743–764.
- Aras, N (2017) *Yörelerimizden: Kapadokya Mutfağı-2 Gastro-Metro Yemek Kültür Dergisi*, (Metro Yayınları, İstanbul).
- Arkum D, Marwoto P B (2022) Analysis of Klassen Typology and Spatial Pole of Economic Growth and Development of Disadvantaged Regions in Bangka Belitung Islands Province over the 2004-2019 Period. In International Conference on Sustainable Environment, *Agriculture and Tourism (ICOSEAT 2022)*: 978-989 (Atlantis Press).
- Arlı M (1982). *Türk mutfağına genel bir bakış. Türk Mutfağı Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. (Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara).
- Arsil P, Li E, Bruwer J, Lyons G (2014) Exploring consumer motivations towards buying local fresh food products: A means-end chain approach. *British Food Journal*, 116(10): 1533-1549.
- Arslanoğlu, İ. (2013). Kültür ve medeniyet kavramları. *Türk Kültürü Ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*.15:2-9.
- Ascanio A (2009). Rutas gastronómicas chilenas: una aproximación al tema. *PASOS Revista de turismo patrimonio cultural*, 7(2):321-325. doi/10.25145/j.pasos.2009.07.023
- Autio M, Collins R, Wahlen S, Anttila M (2013) Consuming nostalgia? The appreciation of authenticity in local food production. *International Journal of Consumer Studies*, 37(5): 564-568.

- Aydın Ş, Keskin E, Aydemir D A (2021) Türk Mutfağının Uluslararası Bilinirliğindeki Engeller ve Aşçıların Konu Hakkındaki Görüşleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(1): 470–487. <https://doi.org/10.21325/JOTAGS.2021.799>
- Aydın T, Bayat G (2021) *Coğrafi işaret almış gastronomik ürünlerin gastronomi turizmi açısından önemi*. İçinde H. Babacan, S. Özer (Ed.), Sosyal ve Beşeri Bilimler: Araştırma ve Teori (Sayı December 2021). Livre de Lyon.
- Babacan Çengel B (2013) Kapadokya bölgesindeki butik otellerde konaklama nedenlerine yönelik bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- Bai J, Pan, W (2022) The Construction Method of Historical Geographic Information System Based on Mobile Network. *Mobile Information Systems*, 2022, 1-10. <https://doi.org/10.1155/2022/7392478>
- Barrera E (2006) Turismo rural: nueva ruralidad y empleo rural no agrícola, 185-185.(Cinterfor/Oit, Montevideo, Uruguay).
- Barrera E (2013). Las condiciones de éxito en la construcción de las rutas alimentarias. *Redmarka: revista académica de marketing aplicado*, (10): 21-49.
- Barrera E ve Bringas, O. (2008). Las rutas alimentarias: una arquitectura turística basada en la identidad de los alimentos. *Gastronomic Sciences*, 3( 706): 1-11.
- Barrera E, Bringas Alvarado O (2009). Rutas Alimentarias: una estrategia de negocios inclusivos que vincula las políticas agrarias y turísticas (Food Routes: An Inclusive Business Strategy That Links The Agricultural and Tourism Policies). *Études caribéennes*, (13-14). DOI: 10.4000/etudescaribeennes.3828
- Barrera E (1999) *Rutas gastronómicas. conferencias del iv seminario internacional de turismo rural en el cono sur*. Ministerio de Agricultura. INDAP. Santiago (Chile).

- Baş M (2017) *Medeniyetlerin Burcunda Bir Şehir: Niğde* (Feyza Matbaacılık, Niğde).
- Başgelen N (1991) *Kapadokya* (Türkiye Kalkınma Bankası, İstanbul).
- Bavorova M, Unay-Gailhard I & Lehberger M (2016) Who buys from farmers' markets and farm shops: The case of Germany. *International Journal of Consumer Studies* 40(1): 107-114.
- Baysal A, Merdol TM, Cığırım N, Sacır H, Başoğlu S (2005) *Türk Mutfağından Örnekler* (Hatipoğlu Basım ve Yayım, Ankara).
- Bazemore A, Phillips R L, Miyoshi T (2010). Harnessing geographic information systems (GIS) to enable community-oriented primary care. *The Journal of the American Board of Family Medicine*, 23(1):22-31. doi 10.1080/15420353.2011.534691
- Belber B G & Karataş M (2023) Çekirdek Kapadokya Bölgesi'ndeki gastronomi paydaşlarının şarap turizmine yönelik görüşleri. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences* 6(2): 316-338.
- Bernetti I, Casini L, Marinelli N (2006) Wine and globalisation: changes in the international market structure and the position of Italy. *British Food Journal*, 108(4): 306–315. <https://doi.org/10.1108/00070700610657146>
- Bertan S (2020) Restaurant rankings factors in gastronomy tourism. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 68(1): 34-42.
- Bezirgan M, Koç F (2014) Yerel mutfakların destinasyona yönelik aidiyet oluşumuna etkisi: Cunda adası örneği. *Journal of International Social Research*, 7(34).
- Bianchi C, Mortimer G (2015) Drivers of local food consumption: a comparative study. *British Food Journal* , 117(9): 2282-2299.
- Björk P ve Kauppinen-Räisänen H (2017) A destination's gastronomy as a means for holiday well-being. *British Food Journal*, 119(7): 1578-1591.

- Borges A P, de Almeida A L, Vieira E P, Dias R, Rodrigues P (2022) *Gastronomy, Hospitality, and the Future of the Restaurant Industry: Post-COVID-19 Perspectives*. IGI Global.  
[https://books.google.com.tr/books?id=y4m\\_zgEACAAJ](https://books.google.com.tr/books?id=y4m_zgEACAAJ)
- Bruwer J (2003) South African wine routes: Some perspectives on the wine tourism industry's structural dimensions and wine tourism product. *Tourism Management*, 24(4): 423–435. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00105-X](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00105-X)
- Cabuk S (2012) Evliya Çelebi'nin gözünden bir Kayseri Şehri okuması (8 levha ile birlikte). *Bellefen* 76(277): 817-849.
- Camillo, A, Di Pietro, L (2015) An Investigation on Cultural Cuisine of Mainland China: Management Implications for Restaurant Operators. *In Handbook of Research on Global Hospitality and Tourism Management* 23-36. (IGI Global).
- Cava Jimenez J A, Millán Vázquez de la Torre M G, Millán M G D (2022) Enotourism in Southern Spain: The Montilla-Moriles PDO. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(6):3393.
- Chang L, Mamonov K, Kondratyuk I, Kanivets O (2020) Geoinformation Systems: Features Of Realization Of the Educational Program Of Preparation Of Masters. *Scientific notes of Taurida National V.I. Vernadsky University*, 4:260. doi.10.32838/2663-5941/2020.4/39
- Chang R C Y, Kivela J & Mak A H N (2010). Food preferences of Chinese tourists. *Annals of Tourism Research* 37(4): 989-1011.
- Cihangir İ S, Gökçe F ve Sunar H (2017) Gelenekselden evrensele kültürel bir olgu yemek:“Osbar da mimbar dolması”. *Social Sciences Studies Journal* 3(7) : 1373-1384.
- Cimbaljević M, Demirović D, Vuksanović N, Milentijević N, Yamashkin A. A (2019). A GIS-based analysis of tourist distribution in Montenegro. *Journal of the*

*Geographical Institute "Jovan Cvijić" SASA*, 69(2):147-156.  
doi.10.2298/ijgi1902147

Coderre F, Boivin C ve Etaabaa I (2010) Measuring retailers' commitment toward regional foods: The Cible-Chaire Bombardier Index. *British Food Journal* 112(11): 1190-1204.

Conner D S, Montri A D, Montri D N ve Hamm M W (2009) Consumer demand for local produce at extended season farmers' markets: Guiding farmer marketing strategies. *Renewable Agriculture and Food Systems* 24(4): 251-259.

Corigliano M A (2002) *The route to quality: Italian gastronomy networks in operation*.  
İçinde *Tourism and gastronomy*, Routledge

Covarrubias J S, Borboa, M C N, Portillo M M B, Rodríguez L M M (2020) Diseño de una ruta gastronómica desde la perspectiva del turismo comunitario en la localidad del Paredón Colorado. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: División de Ciencias Económicas y Sociales*, (33).  
DOI: 10.46589/rdiasf.vi33.344

Cuba X H P (2020) Turismo gastronómico en Peru roles de agentes involucrados. *Revista Científica Investigación Andina*, 19(2). <https://doi.org/10.35306/REV>

Çakır M U ve Özbay G (2021) The role of brand image in gastronomic destinations: An analysis on Turkey and Malaysia website. *International Journal of Contemporary Tourism Research* 6(1): 40-53.

Çavuşoğlu M, Çavuşoğlu O (2018) Gastronomi turizmi ve Gökçeada lezzet rotası. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1):347–359.

Çekül (2015) *Kültür rotaları planlama rehberi* (Tarihi Kentler Birliği Yayınları, İstanbul).

Çetinkaya Karafakı F (2019) Tarihi dönemler içinde Niğde kentinin fiziki ve kültürel şekillenişine genel bir bakış. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 1(1), 37-42.

- Çetinkuş H (2010) Niğde'nin Sosyolojik Yapısının Seçmenlerin Siyasal Tercihlerine Etkisi. Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı, Niğde.
- Dancausa Milla'n M G, Milla'n Va'zquez de la Torre M G, Herna'ndez Rojas R (2021) Analysis of the demand for gastronomic tourism in Andalusia (Spain). *PLoS ONE* 16(2): e0246377 DOI: 10.1371/journal.pone.0246377
- Değerliyurt M, Çabuk S (2015) Coğrafyayı Coğrafi Bilgi Sistemleri İle Tanımlamak. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 20(33), 37-48.
- Demirezer Ö (2011) *Viburnum Opulus. FFD Monografı Tedavide Kullanılan Bitkiler* (Medikal Nobel Tıp Kitapevi, Ankara).
- Diaconescu D M, Moraru R, Stănculescu G (2016) Considerations on gastronomic tourism as a component of sustainable local development. *Amfiteatru Economic Journal*, 18(Specialissue10): 999–1014.
- Dinç M, Aslan D (2012) Gilaburu suyunun mikroenkapsülasyonu. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi* (7), 2, 1-11.
- Doğan N (2018) Kırsal turizmde gastronomik unsurların kullanılması Kapadokya'da bir çalışma. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Duarte Alonso A (2016) Stakeholders, collaboration, food, and wine: The case of Jumilla's gastronomic days. *Journal of Convention and Event Tourism*, 17(3): 173–191. <https://doi.org/10.1080/15470148.2015.1124250>
- Dulaş A V, Coroş M M, Coroş M E (2010) The place of the public administration and gastronomic heritage in the destination branding and tourism promotion. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 7(4): 402–413.
- Durkin Badurina J, Klapan M, Soldić Frleta D (2023) Stakeholders' collaboration in the development of an authentic gastronomic offering in rural areas: Example

of the Ravni Kotari Region in Croatia. *Sustainability* ,15(5):4649.  
<https://doi.org/10.3390/SU15054649>

Ellis A, Park E, Sangkyun K & Yeoman I (2018) What is food tourism. *Tourism Management* 68 (2018):250-263.

Erdem N, Poçan H B, Babaoğlu A S, Karakaya M (2020) Traditional Nevzine Dessert Production. *Turkish Journal of Agriculture-Food Science and Technology*, 8(8): 1618-1622.

Eren D ve Eroğlu S (2019) Niğde ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi. 4. *Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi*. Ss. 122-136 Nevşehir, Türkiye, Eylül 19-21.

Eren, F Y ve Sezgin A C (2021) Coğrafi işaretli yöresel ürünlerin destinasyonlar açısından önemi: Kapadokya Bölgesi örneği. *Journal of Tourism Research Institute*, 2(1), 61-78.

Ergüven M H, Ergüven A T, Yılmaz A (2015) Creme de la Creme Turistlerin Boş Zaman Faaliyetleri: Trakya Bağ Rotası Örneği. III. *Rekreasyon Araştırmaları Kongresi*. Eskişehir, Türkiye, Nisan 05-07.

Eroğlu S (2018) Turizmde destinasyon markalaşması: Niğde üzerine bir uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Nevşehir.

Erol H (2018) *Aksaray mutfak kültürü ve yöresel yemekler*. Aksaray Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (Demirkol Matbaacılık, Ankara)

Ersun N, Arslan K (2009) Alternatif turizm çeşidi olarak Kapadokya Bölgesi'nde kongre turizmini geliştirme olanakları. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (34):139-164.

Erşen G (2017) İzmir Karaburun Yarımadası gastronomi turizmi ürününe yönelik rotalarının coğrafi bilgi sistemleri ile belirlenmesi. Yüksek Lisan Tezi.

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Eskişehir.

Feldmann C ve Hamm U (2015) Consumers' perceptions and preferences for local food: A review. *Food Quality and Preference* 40: 152-164.

Fernandes C ve Richards G (2021). Developing gastronomic practices in the Minho region of Portugal. *Acta geographica Slovenica*, 61(1):141-152.

Fidan H (2009) Pazarlama bilgi sistemi (pbs) ve coğrafi bilgi sistemi (cbs) nin pazarlamada kullanımı. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 4(14): 2151-2171.

Folgado Fernández J A, Hernández Mogollón, J M, Campón Cerro A M (2011) El turismo gastro-nómico como atractivo innovador del destino:un estudio empírico sobre rutas gastronómicas españolas, *XIII Seminario Luso Espanhol de Economía Empresarial*,24-45.

Gheorghe G, Tudorache P, Nistoreanu P (2014) Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism, *Cactus Tourism Journal*, 9(1):12–21.

GlobalData (2018) Key trends in culinary tourism: Insight into the key trends in culinary tourism, the profile of culinary travelers and what the future holds for the industry (Global Press:London).

Gómez-Barrón J P, Manso-Callejo M Á, Alcarria R (2019) Volunteered geographic information systems: Technological design patterns. *Transactions in GIS*: 23(5): 976-1007 doi.10.1111/tgis.12544

Gökdeniz A, Erdem B, Dinç Y, Uğuz S Ç (2015) Gastronomi turizmi: Ayvalık'ta yerli turistler üzerinde görgül bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1):14–26.

Görmüş S, Atmış E, Özkazanç N K, Günşen H B, Artar M (2016) *Ekorota Bartın: Doğal ve kültürel koridorların haritalandırılması (1. baskı)* (Bartın Üniversitesi Yayınları,Bartın).



- Güldemir O, Işık N (2011) Nevşehir mutfak kültürü ve yemekleri. *1. Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu Bildiri Kitabı* 6(1): 16-19.
- Güney E (1993) Nevşehir ve Ürgüp Yöresinin Yerleşme Tarihi. *Dicle Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1.
- Güngördü E (2007) *Türkiye'nin Turizm Coğrafyası* (Asil Yayın, Ankara).
- Gürbüz S ve Şahin F (2014) *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. ( Seçkin Yayıncılık, Ankara).
- Gürsu K (2001) Nevşehir Yöresi Geleneksel Yemekleri (Yayımlanmamış alan çalışması). Konya: Selçuk Üniversitesi, Aile Ekonomisi ve Beslenme Eğitimi Bilim Dalı.
- Hall M , Sharples L (2003) The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste". in Hall M, Sharples L, Mitchell R, Macionis N & Cambourne, B (Eds), *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*, Oxford Butterworth-Heinemann, 1-24.
- Hanson A, Heron S J (2008) From print formats to digital: describing GIS data standards. *In Integrating Geographic Information Systems into Library Services: A Guide for Academic Libraries*,114-150 (IGI Global).
- Hatipoğlu A, Zengin B, Batman O ve Şengül S (2013) Yöresel yemeklerin, kırsal turizm işletmeleri münülerinde kullanım düzeyleri: Gelveri örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3(1), 06-11.
- Hidayah Z, Rohmah N N, Wardhani M K (2022) Coastal Vulnerability Study on Potential Impact of Tsunami and Community Resilience in Pacitan Bay East Java. *In Forum Geografi* 36 (1). doi.10.23917/forgeo.v36i1.17160
- Hillel D, Belhassen Y ve Shani A (2013) What makes a gastronomic destination attractive? Evidence from the Israeli Negev. *Tourism Management* 36: 200–209.

- Hjalager A, Richards G (2002) *Tourism and Gastronomy*. Routledge, London
- Hojman D E, Hunter-Jones P (2012) Wine tourism: Chilean wine regions and routes. *Journal Of Business Research*, 65(1): 13–21. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.07.009> WE - Social Science Citation Index (SSCI)
- Horng J S ve Tsai C T (2010) Government websites for promoting East Asian culinary tourism: Across-nation analysis. *Tourism Management* 31(1):74-85.
- Hribar M Š, Visković N R, Bole D (2021) Models of stakeholder collaboration in food tourism experiences. *Acta Geographica Slovenica*, 61(1): 127–140. <https://doi.org/10.3986/AGS.8756>
- Huete-Alcocer N, Hernandez-Rojas R D (2022) Does local cuisine influence the image of a World Heritage destination and subsequent loyalty to that destination?. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 27, 91-99.
- ICOMOS (2008) *The ICOMOS Charter on Cultural Routes*. İçinde 16th General Assembly of ICOMOS (ICOMOS Press, Charenton-le-Pont, France ).
- Idris M Z, Suratman R, Samsuddin S (2021) An improvement of integrated geographical information system in managing sewerage treatment plant. *Planning Malaysia Journal* , 19. doi.10.21837/pm.v19i18.1043
- Indrajit A, Van Loenen B, Van Oosterom P (2019) Assessing spatial information themes in the spatial information infrastructure for participatory urban planning monitoring: Indonesian cities. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 8(7), 305-312 doi.10.3390/ijgi8070305
- Istana Trahutami S (2020) Traditional Spices in Japanese Modern Food. *E3S Web of Conferences*, 202, 07083. <https://doi.org/10.1051/E3SCONF/202020207083>
- İnce M (2004) Nevşehir Yöresinde Yemek Kültürü.(Yayımlanmamış alan çalışması). Konya: Selçuk Üniversitesi, Aile Ekonomisi ve Beslenme Eğitimi Bilim Dalı.

- İri R (2009) Niğde İlinin Turizm Açısından Pazarlanması. Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı, Niğde.
- İşçen Y (2011) *Avanos Yaşam ve Gezi Rehberi* (Koza Yayın Dağıtım, Nevşehir).
- İşevcan Ertamay S, İrigüler F (2018) *Gastronomi Ve Yemek Tarihi: Turistik Ürün, Çekicilik Ve Ağırlamanın Bir Unsuru Olarak Gastronomi*. (Detay Yayıncılık, Ankara).
- James L, Manniche J (2017) Food Tourism and Gastronomic Trends, *Centre for Regional and Tourism Research*, 25(7): 3-9.
- Jang S S (2006) Intention to experience local cuisine in a travel destination: The modified theory of reasoned action. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(4): 507–516. <https://doi.org/10.1177/1096348006287163>
- Janjua Z U A, Krishnapillai G, Rehman M (2022) Importance Of the Sustainability Tourism Marketing Practices: An Insight From Rural Community-based Homestays In Malaysia. *JHTI*, 2(6), 575-594. doi.10.1108/jhti-10-2021-0274
- Jerez M R (2023). Tourism marketing of the Autonomous Communities of Spain to promote gastronomy as part of their destination branding. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 32:178-191. doi.10.1016/j.ijgfs.2023.100727
- Kalınkılıç H (2019) Yerel ekonomik kalkınmada turizmin rolü ve Niğde uygulaması. Yüksek Lisans Tezi, Niğde Ömer HalisDemir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Üniversitesi, İktisat Ana Bilim Dalı, Niğde.
- Karakaya M (2007) Seyahatnamelerde Nevşehir. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- Kayseri Ticaret Odası (2012) *Yöresel Ürünler/Regional Products*. Kayseri

- Kervankıran İ, Çuhadar M (2014) Turizm rotalarının oluşturulmasında coğrafi bilgi sistemlerinin önemi. III. Disiplinler arası turizm araştırmaları kongresi. Aydın, Türkiye, Nisan 04-05.
- Ke-xin B, Zeng W (2022) Dynamic Optimization Modeling Of Smart Tourism Information System Using Vrgis In Big Data Environment. *Computational Intelligence and Neuroscience*, 1-8. doi.10.1155/2022/7914674
- Khattab H, El-Sayed R (2021) Geographic Information Systems Applications In the Tourism Planning Of Archaeological Sites In Fatimid Cairo. *eer*, 5(9), 242-260. <https://doi.org/10.13189/eer.2021.090505>
- Kılıçhan R, Karamustafa K, Birdir K (2022) Gastronomic trends and tourists' food preferences: scale development and validation. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(1): 201–230. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2021-0308>
- Kızıldemir Ö, Öztürk E, Saruşık M (2014) Türk Mutfak Kùltürünün Tarihsel Geliřiminde Yaşanan Deęiřimler. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14 (3): 191–210.
- Kızılırmak İ, Erşahin E (2019) gastronomi turlarına katılan turistlerin memnuniyet faktörlerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4): 2466–2480. <https://doi.org/10.21325/jotags.2019.482>
- Kızılırmak İ, Ofluoğlu M, Őiřik L (2016) Türkiye'de uygulanan gastronomi turları rotalarının web tabanlı analizi ve değerlendirmesi . *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, February 2015:258–269. <https://doi.org/10.21325/jotags.2016.35>
- Kızılkaya F (2017) *Geçmişin Özeti Fotoğraflarda Niğde* (Feyza Matbaacılık, Niğde).
- Kızılkaya F (2017b) *Kapadokya* (Feyza Matbaacılık, Niğde).

- Kim S, Park E, Fu Y, Jiang F (2021) The cognitive development of food taste perception in a food tourism destination: A gastrophysics approach. *Appetite*, 165(5): 2-13. doi. /10.1016/j.appet.2021.105310
- Kim Y G, Eves A ve Scarles C (2009). Empirical verification of a conceptual model of local food consumption at a tourist destination. *International Journal of Hospitality Management* 33: 484–489.
- Kim Y G, Eves A, Scarles C. (2009) Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach. *International Journal Of Hospitality Management*, 28(3): 423-431.
- Kivela J, Crofts J C (2006) Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of hospitality & tourism research*, 30(3): 354-377.
- Kivela J, Crofts J C (2008) Gastronomy tourism: a meaningful travel market segment. *Journal of Culinary Science and Technology*. 4(2–3): 39–55.
- Kivela J, Crofts J C (2016) Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research* 30(3): 354–377. <https://doi.org/10.1177/1096348006286797>
- Kocaman M (2016) Niğde'nin Geç Dönem Osmanlı Kiliseleri. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat Tarihi Ana Bilim Dalı, Konya.
- Koç İ (2006) *Hititler*. (ODTÜ Yayıncılık, Ankara).
- Kök F (2003) Pastırma üretim teknolojisini geliştirme çabaları. *Uludag University Journal of the Faculty of Veterinary Medicine*, (22), 109-114.
- Köktürk E (2003) Coğrafi bilgi sistemi (CBS) ne değildir. TUJK Bilimsel Toplantısı, Coğrafi Bilgi Sistemleri ve Jeodezik Ağlar Çalıştayı, 55, 68.
- Lane C (2011) Culinary culture and globalization. An analysis of British and German Michelin-starred restaurants. *The British journal of sociology*, 62(4): 696-717.

- López T J, Guzmán Guzmán T J, Sánchez Cañizares S M (2008) La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*,6(2): 159- 171. doi.10.25145/j.pasos.2008.06.013
- López-Guzmán T, Vieira-Rodríguez A, Rodríguez-García J (2014) Profile and motivations of European tourists on the Sherry wine route of Spain. *Tourism Management Perspectives*, 11(8): 63–68. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2014.04.003>
- Lucia C D, Paziienza P, Balena P (2021) How Does ict Influence Residents' Attitudes Towards Tourism As a Driver Of Development? A Generalised Ordered Logistic Regression Analysis. *Journal of Tourism Research*, 6(23): 1126-1150. doi.10.1002/jtr.2473
- Ma F (2023) study on the relationship between consumption value, satisfaction, destination image and tourists' behavior intention of food souvenirs: a case study of Zhangzhou food souvenirs, *BCP Business & Management*, Vol. 44, 987-1002. DOI: 10.54691/bcpbm.v44i.4987
- Martínez-Falcó J, Marco-Lajara B, Zaragoza Sáez P D C ve Sánchez-García E (2023) Wine tourism in Spain: The economic impact derived from visits to wineries and museums on wine routes. *Revista Investigaciones Turísticas*, 25(2023):168-195
- Matlovičová K, Pompura M (2013) The culinary tourism in Slovakia. Case study of the traditional local sheep's milk products in the regions of Orava and Liptov. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 12(2): 129–144.
- McElhanon B O, McCracken C, Karpen S J, Sharp, W J (2014) Gastrointestinal Symptoms In Autism Spectrum Disorder: a Meta-analysis. *Pediatrics*, 5(133), 872-883. doi.10.1542/peds.2013-3995
- Michels E, Cottenie K, Neys L, Gelas K, Coppin P, Meester L(2001) Geographical and Genetic Distances Among Zooplankton Populations In A Set Of

- Interconnected Ponds: A Plea For Using Gis Modelling Of The Effective Geographical Distance. *Molecular Ecology*, 8(10): 1929-1938.
- Minihan C (2014) *Exploring the Culinary Tourism Experience: An Investigation of the Supply Sector for Brewery and Restaurant Owners* (Colorado State University Press, Colorado-USA).
- Mohajan H (2017) Two Criteria For Good Measurements In Research: Validity and Reliability. *ASHU- ES*, 4(17): 59-82. doi.10.26458/1746
- Mohamed M E A, Hewedi M M, Lehto X, Maayouf M (2020) Egyptian food experience of international visitors: a multidimensional approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(8), 2593–2611. doi: 10.1108/IJCHM-02-2020-0136/FULL/PDF
- Moira P, Mylonopoulos D, Kontoudaki A (2015) Gastronomy as a form of cultural tourism: A Greek typology. *TIMS. Acta*, 9(2): 135–148. doi:10.5937/timsact9-8128
- Morse J M, Barrett M, Olson K, Spiers J (2002) Verification Strategies For Establishing Reliability and Validity In Qualitative Research. *International Journal of Qualitative Methods*, 2(1):13-22. <https://doi.org/10.1177/160940690200100202>
- Narin Y (2001) Nevşehir Yöresinde Yemek Kültürü.(Yayımlanmamış alan çalışması). Konya: Selçuk Üniversitesi, Aile Ekonomisi ve Beslenme Eğitimi Bilim Dalı.
- Nebioğlu O (2017) Gastronomik kimlik ve gastronomik turizm ürünlerinin sınıflandırılması üzerine nitel bir araştırma: Alanya örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2): 39–60. doi:10.21325/jotags.2017.69
- Nesterchuk I, Komarnitskyi I, Samoday V, Chunikhina T, Chernyshova T ve Tyshchenko S (2022) Business planning and marketing of gastronomic projects in the hotel and restaurant industry. *Economic Affairs* 67(03): 307-316. DOI: 10.46852/0424-2513.3.2022.23

- Noble H, Smith J (2015) Issues Of Validity and Reliability In Qualitative Research. *Evid Based Nurs*, 2(18): 34-35. <https://doi.org/10.1136/eb-2015-102054>
- Oğan Y, Durlu Özkaya F (2021) Artvin'i ziyaret eden turistlerin gastronomi deneyimleri üzerine bir inceleme. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2): 211–227. Doi.10.32572/GUNTAD.883247
- Okumus B, Cetin G (2018) Marketing Istanbul as a culinary destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9: 340–346. doi.10.1016/J.JDMM.2018.03.008
- Okumus B, Okumus F ve McKercher B (2007) Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: the cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management* 28(1): 253-61.
- Ozdemir B ve Seyitoglu F (2017) A conceptual study of gastronomical quests of tourists: Authenticity or safety and comfort?. *Tourism Management Perspectives* 23: 1–7.
- Öcal T, Altuner H (2014) The Importance of Historical and Cultural Heritage of Niğde in Terms of Cultural Geography. *Current Urban Studies*, 2(1).
- Ölmez M (2021) Yöresel yiyecek ve içeceklerin gastronomi turizmine etkileri: Niğde ili örneği. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, Nevşehir.
- Özdemir M (2020) Coğrafi işaretler ve türk mutfak kültüründe bir imge: Espiye pidesi. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 8(25): 92-104.
- Özen İ A, Akpınar A (2022). *Yiyecek içecek işletmelerinde covid-19 pandemi sonrası gelişen yeni trendler*. İçinde Y. Oğan (Ed.), *Gastronomi Alanında Tematik Araştırmalar*. 94–102. (Çizgi Kitabevi.Konya).
- Özen İ A, Özdemir E G (2019) Kapadokya Sıcak Hava Balonculuğu Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 9(2): 579-595.



- Özgül Katlav E, Yönet Eren F, Tuna M (2019) Kapadokya’da bağıcılığın gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 3(7): 2167-2186. DOI:10.21325/jotags.2019.466
- Özkarıcı M (2001) *Niğde’de Türk mimarisi*. (Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara).
- Özkaya F D, Özkaya M T, Tunalıoğlu R, Bayar R, Tunalıoğlu E (2018) Anadolu da zeytin ve zeytinyağlı yemekler rotası. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3):263–274. doi.10.21325/jotags.2018.253
- Parasecoli F (2004). *Food culture in Italy*. Greenwood Publishing Group. Westport, CT.
- Pekin F (2014) *Kapadokya Kayalardaki Şiirsellik* (İletişim Yayınları, Ankara).
- Prayag G, Gannon M J, Muskat B ve Taheri B (2020) A serious leisure perspective of culinary tourism co-creation: The influence of prior knowledge, physical environment and service quality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 32(7): 2453–2472.
- Prieto M F ve Triana Valiente M F (2019). Las rutas gastronómicas en el departamento del Meta. Una propuesta de sustentabilidad turística Una propuesta de sustentabilidad turística, *Turismo y Sociedad*, 25.
- Qeed M A A, Bazazo I K, Hasonah A I, Qaid, B A A (2010) Using Geographic Information System To Visualize Travel Patterns and Market Potentials Of Petra City In Jordan. *IJMS*, 2(2). doi.10.5539/ijms.v2n2p144
- 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. doi.10.1016/S0261-5177(03)00130-4
- Rainer G (2016) Constructing globalized spaces of tourism and leisure: Political ecologies of the Salta Wine Route (NW-Argentina). *Journal of Rural Studies*, 43: 104–117. Doi.10.1016/J.JRURSTUD.2015.11.007

- Ramkissoon H, Uysal M (2011) The Effects Of Perceived Authenticity, Information Search Behaviour, Motivation and Destination Imagery On Cultural Behavioural Intentions Of Tourists. *Current Issues in Tourism*, 6(14): 537-562. doi.10.1080/136
- Richards G (2015) Evolving gastronomic experiences: From food to foodies to foodscapes. *Journal of Gastronomy and Tourism* 1(1): 5–17.
- Rojas R D H (2015) Análisis de la oferta en restauración de la ciudad de Córdoba y su implicación con las rutas gastronómicas de la provincia. *TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible*, 8(18):19.
- Romão J, Seal P P, Hansen P, Joseph, S ve Piramanayagam S (2022). Stakeholder-based conjoint analysis for branding wellness tourism in Kerala, India. *Asia-Pacific Journal of Regional Science*, 6(1): 91-111.
- Samuel F, Makhani N (2016) Food Cultures. N. J. Temple, & N. Steyn içinde, *Community Nutrition for Developing Countries* 47-54. Admandon AC: AU Press. doi:10.15215/aupress/9781927356111.01
- Santafe-Troncoso V, Loring P A (2020) Indigenous food sovereignty and tourism: the Chakra Route in the Amazon region of Ecuador. *Journal of Sustainable Tourism* 29(2–3:), 391–410. doi.10.1080/09669582.2020.1770769
- Santich B (2004) The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *International Journal of Hospitality Management*, 23(1):15–24. Doi.org/10.1016/S0278-4319(03)00069-0
- Scarpato R (2003) *Gastronomy as a tourist product: The perspective of gastronomy studies*. İçinde *Tourism and gastronomy*, 65–84. Routledge.
- Selimoğlu E, Bektaş Y, Özkocak V, Gültekin T (2018) Beslenme şeklinin zaman içindeki tarihsel yolculuğu. *In SETSCI Conference Indexing System*,3:390-398.
- Semenchuk M R (2021) Practical Use Of Arcgis For the Ensurance Of National Security. *Connectivity*, 1(149). doi.10.31673/2412-9070.2021.013538

- Seo S, Yun N (2015) Multi-dimensional scale to measure destination food image: Case of Korean food. *British Food Journal*, 117(12): 2914-2929.
- Serbu R, Borza S, Marza B (2013) Bio-eco-analysis for risk factors using GIS software. *International Journal Of Computers Communications & Control* 8(2):304-311.
- Sharma J, Nagar L, Chaurasia N (2021) If Cuisine Is Local, How Cuisine Be Termed as National?. Food, Tourism and Hospitality Perspectives, 5th International Conference I-Host 2021: Hospitality & Tourism “New Normal in Hospitality & Tourism: Skill, Innovation and Technology”, New Delhi, India, September 19-23.
- Singh P (2015) Role of geographical information systems in tourism decision making process: A review. *Information Technol Tourism* 2(15):131-179. DOI: 10.1007/s40558-015-0025-0
- Smith S L J, Xiao H (2008) Culinary tourism supply chains : A preliminary examination. *Journal of Travel Research*, 46(9): 289–299. Doi.10.1177/0047287506303981
- Soltani M, Soltani Nejad N, Taheri Azad F, Taheri B, Gannon M J (2021) Food consumption experiences: a framework for understanding food tourists’ behavioral intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(1):75–100. Doi.10.1108/IJCHM-03-2020-0206/FULL/PDF
- Sormaz U, Akmeşe H, Güneş E, Aras S (2016) Gastronomy in Tourism. *Procedia Economics and Finance*, 39:725-730.
- Soylu M (2018) Uluslararası Öğrencilerin beslenme durumu ve kayseri beslenme kültürüne oryantasyonu. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 6(1): 312-322.
- Şahin F, Haklı K (2012) *Avanos / Geçmişten Günümüze Avanos* (kiliseler - camiler - mimari - kültür - mutfak - coğrafya) (Can Ajans, Nevşehir).

- Şahin G (2013) Coğrafi işaretlerin önemi ve Vize (Kırklareli)'nin coğrafi işaretleri. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 15: 23-37.
- Şahin Perçin N, Örgün E, Erol G, Keskin E (2019) Gastronomik bir değer olarak Nevşehir mutfağı. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi. Nevşehir, Eylül 19-21.
- Şahinbaş K (2018) Kayseri'de geçiş dönemlerine ve belirli günlere özgü mutfak kültürü. *Uluslararası Beşerî Bilimler ve Eğitim Dergisi* 4(8): 100-112.
- Şaşmaz M (2008) *Niğde, Aksaray ve Nevşehir Tarihi Üzerine* (Bayrak Matbaacılık, İstanbul).
- Şavkay T (2000) *Osmanlı Mutfağı* (Şekerbank Yayınları, İstanbul).
- Şengül S ve Türkay O (2017) *Türkiye'nin Yöresel Mutfakları* (Detay Yayıncılık, Ankara).
- Şengül S, Türkay O (2016) Akdeniz mutfak kültürünün gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 4(1):86-99
- Şensoy F (2012) *Hititlerde Beslenme ve Mutfak Kültürü* (Hatiboğlu Basım ve Yayın, Ankara).
- Telfer D J (2001) Strategic alliances along the Niagara Wine Route. *Tourism Management*, 22(1): 21–30. Doi.10.1016/S0261-5177(00)00033-9
- Temizsoy İ (2008) *Kapadokya* (Dönmez Ofset, Ankara).
- Terzioğlu E E (2018) Kapadokya yerleşim tarihi içerisinde Nevşehir. Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Tikhotskaya I, Velichko E S (2021) Japanese cuisine in the world: cultural phenomenon and features of geography. *Asia and Africa Today*, 8(11): 55–61. Doi.10.31857/S032150750015947-3

- Toroğlu E (2006) Niğde İli Yerleşmeleri ve Lokasyon Planlaması. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya (Bölgesel Coğrafya) Ana Bilim Dalı, Ankara.
- Tregear A (2011) Progressing knowledge in alternative and local food networks: Critical reflections and a research agenda. *Journal of Rural Studies* 27(4): 419-430.
- Tuncer M ve Çavuş S (2017) Gelişen turizm destinasyonlarından biri olarak Aksaray ilinin alternatif turizm potansiyelinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, ÖS(4): 51-60.
- Türkay O, Genç K (2017) *Gastronomi Turizmi: Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi* (Detay Yayıncılık, Ankara).
- Uğurlu K (2015) The impacts of Balkan Cuisine on the gastronomy of Thrace region of Turkey. K. Csobán, H. E. Könyves içinde, *Gastronomy and Culture* 43-67. Debrecen-Hungary: University of Debrecen.
- Uysal T ve Yaşasın A S (2017) Asma genetik kaynaklarımız ve Nevşehir ili üzüm çeşitleri. *Nevşehir Bilim ve Teknoloji Dergisi* 6 (Özel Sayı):132-136. DOI: 10.17100/nevbiltek.288732
- Üzülmez M (2021) Yöresel mutfak ile destinasyon ve gastronomi turizmi arasındaki ilişkiye yönelik bir inceleme, *Journal of Hospitality and Tourism Issues* 3(1):23-36.
- Vakulenko D, Kravets A (2021) Reengineering of business processes of agroindustrial enterprises in conditions of through digital transformation. *Vestnik of Astrakhan State Technical University Series Management Computer Science and Informatics* 3:115-125. DOI:10.24143/2072-9502-2021-3-115-125
- Varol İnsel S (2015) *Niğde'nin Adet ve Merasimleri* (Karan Ofset Yayıncılık, Niğde).

- Villagómez-Buele C, Carvache-Franco M, Carvache-Franco O, Carvache-Franco W, Ramón-Casal T ve Holguín-Ibarra I (2022). The tourist demand from the perspective of motivation and satisfaction around gastronomy: the case of olón, Ecuador. *Journal of Environmental Management & Tourism* 13(8):2205-2212. DOI: 10.14505/jemt.13.8(64).12
- Wahlqvist ML ve Lee MS. 2007. Regional food culture and development. *Asia Pacific Journal of Clinical Nutrition*, 16(1): 2–7.
- Wolf E (2002) *Culinary Tourism: A Tasty Economic Proposition*.(International Culinary Tourism Association: Portland, OR).
- Woyesa T U ve Kumar S (2022) “Tree against hunger”: Potential of enset-based culinary tourism for sustainable development in rural Ethiopia. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development* 12(4): 497-512.
- Yankı M (2013) *Periler Diyarında Şarap Yolculuğu* (Ajansmat, Ankara).
- Yavorska V, Hevko I, Sych V, Potapchuk O ve Kolomiyets K (2019) features of application of information technologies in modern tourism. *Journal of Geology, Geography and Geoecology* 28(3): 591-599. DOI:10.15421/111956
- Yen T F , Wang M H (2020) Wine cultural event as a growing phenomenon: Role of novelty, value and satisfaction in developing WOM. *Asian Journal of Education and Social Studies*, 10(2):29–41. Doi.10.9734/ajess/2020/v10i230264
- Yergaliyeva A (2011). Destinasyon markalaşma sürecinde yerel mutfağın yeri (Uralsk Bölgesi’ndeki restoranlar üzerine bir araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Yılmaz F (1999) *Dünden Bugüne Niğde Tarihi* (Kültür Kitapevi, Niğde).
- Yılmaz G, Akman S (2019) Osmanlıdan günümüze helvalar ve Helva-i Gazi’nin gastronomik değeri. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 3(3): 462–469. <https://doi.org/10.32958/gastroia.638638>

Yılmaz S, Çalmaz G (2020) *Anadolu Mutfak Kültüründen Esintiler: Kayseri Mutfağı Üzerine Bir Araştırma* (Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları, Konya).

Yiğit E ve Türel H (2006) İlkçağlardan Günümüze Anadolu'da Açık Mekânın Evrimi. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 3(2): 187-195.

Yılmaz O, Özkan G, Gülgen F (2021) Determining highway slope ratio using a method based on slope angle calculation. *International Journal of Engineering and Geosciences* 2(6): 98-103. DOI: 10.26833/ijeg.704317

Yolcu M A (2018) Nevşehir yöresinde ailelerin geleneksel kış hazırlıkları. *Kültür Araştırmaları Dergisi* 1(1): 7-22.

Yönet Eren F ve Demirel H (2017) Nevşehir mutfak kültürü ve değişimi üzerine bir alan araştırması. *I. Uluslararası İpekyolu Akademik Çalışmalar Sempozyumu Bildiri Tam Metin Kitabı*, 193-201.

Yüncü R H (2016) *Yöresel mutfaklar: İç Anadolu Bölgesi'nin Yöresel Mutfağı* (Anadolu Üniversitesi Yayınevi, Eskişehir).

Zhang S, Lin D ve Chang T (2018) Improving the basics of gis students' specialism by means of application of esda method. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Educatio* 14(6):2121-2132.

Zuo Y, Zou L, Zhang M, Yang L, Yang L, Loprinzi P D ve Ren Z (2019) The temporal and spatial evolution of marathons in China from 2010 to 2018. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 24(16):5046. DOI: 10.3390/ijerph16245046

### **İnternet Kaynakları**

Andes Campers (2022) <http://www.andescampers.com> (13 Haziran 2023).

Council of Europe (2023) Explore all Cultural Routes by theme - Cultural Routes. <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/by-theme> (21 Nisan 2023).

Council of Europe -CE (2023) İter Vitis Route - Cultural Routes. <https://www.coe.int>  
(13 Haziran 2023)

Etymonline (2022) Etymology, origin and meaning of gastronomy by etymonline.  
(y.y.). <https://www.etymonline.com>.(22 Kasım 2022)

Foodandroad (2023) Brazil Coffee Route Of Minas Gerais: Tips To Plan Your Trip.  
<https://foodandroad.com>(29 Aralık 2022).

Gastronomiyolu (2023) Kızılırmak Havzası gastronomi ve yürüyüş yolu.  
<http://www.gastronomiyolu.com> (14 Nisan 2022).

Go Türkiye Destinations (2020). Kırşehir Tanıtım. <https://gokirsehirturkiye.com/tr/>  
(20 Ekim 2021).

Goturkiye (2023) Trakya Bağ Rotası - GoTürkiye Deneyimleri.  
<https://vineyards.goturkiye.com>.(27 Haziran 2022).

İstanbul Ticaret Odası (İTO) (2016) Türkiye'de üretilen tarım ürünleri ve ekonomideki  
yeri. <http://www.ito.org.tr> (29 Ekim 2021).

Karspeynirrotasi (2023). Rota Haritası <http://karspeynirrotasi.com> (25 Haziran 2023).

Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2021). Kayseri Tarihi.  
<https://kayseri.ktb.gov.tr/> ( 30 Ekim 2021).

Napa Valley Appellations (2023). <https://www.visitnapavalley.com/>(29 Ekim 2022).

Nevşehir Valiliği (2021) Nevşehir'in coğrafi konumu. <http://www.nevsehir.gov.tr/>(10  
Aralık 2021).

Niagara Economic Development (2023) Tourism in Niagara.  
<https://niagaracanada.com/> (28 Ocak 2023)

Niğde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2021). Niğde Tarihi ve Coğrafi Konumu.  
<https://nigde.ktb.gov.tr/> (10 Kasım 2021).



- SonomaCounty (2023) Sonoma County Wine Tasting Road Trip Itinerary, <https://www.sonomacounty.com/>(11Ekim 2022).
- SpainInfo. (2023a) Spanish Tourism | Tourist information on Spain. <https://www.spain.info/en/>(19 Nisan 2022).
- SpainInfo. (2023b) The Txakoli Route. Araba-Álava. Wine tourism. <https://www.spain.info/>(19 Nisan 2022).
- Statista (2021) Leading countries in global wine production 2021. <https://www.statista.com/>(19 Nisan 2022).
- Stellenbosch Wine Routes (2023) <https://wineroute.co.za/>(14 Mayıs 2022).
- Terroirjourney (2023) Thrace Wine Route - an immense wine region right next to Istanbul. <https://www.terroirjourney.com/>(15 Mayıs 2022)
- TÜİK (2016) Müze İstatistikleri. <https://kvmgm.ktb.gov.tr> (15 Mayıs 2023).
- TÜİK (2023) Turizm İstatistikleri. <https://data.tuik.gov.tr> (21 Mayıs 2023).
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2017). Bor Söğürme. <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler> (5 Kasım 2021).
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2019a) Aksaray İncelek tatlısı <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/detay/38639> (28 Kasım 2022).
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2019b) Aksaray tulum kebabı <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/detay/38440> (29 Kasım 2022).
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2020 ). Aksaray Coğrafi İşaret Listesi. <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler> (25 Ekim 2021).
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2020). Niğde Tahinlisi. <https://ci.turkpatent.gov.tr> (5 Kasım 2021).
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2021a) Aksaray Tahinli pidesi <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/detay/2463> (25 Kasım 2022).

Türk Patent ve Marka Kurumu (2021b) Aksaray şerbetli pidesi  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/detay/2404> (25 Kasım 2022).

Türk Patent ve Marka Kurumu (2021c) Nevşehir Testi Kebabı  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/detay/3064> (19 Aralık 2022).

Türk Patent ve Marka Kurumu (2022) Niğde Listesi  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/liste?il=51> (28 Aralık 2022).

UNWTO (2019) Guidelines for the development of gastronomy tourism.  
<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420957> (13 Mayıs 2023).

Vocabulary (2022) Route - Definition, Meaning & Synonyms..  
<https://www.vocabulary.com/dictionary/route>(11 Ocak 2023).

Winerouteofspain (2023) Wine Routes <https://wineroutesofspain.com> (26 Haziran 2023).

World Food Travel Association (2022) Authority on Food & Beverage Tourism.  
<https://worldfoodtravel.org/> (22 Kasım 2022).

# ÖZGEÇMİŞ

## KİŞİSEL BİLGİLER

**Adı-Soyadı:** Durmuş Ali AYDEMİR

**Uyruğu:** TC

**Doğum Yeri ve Tarihi:**

**Tel:**

**E-posta:**

**Yazışma Adresi:** NEVÜ/ÜSET Turizm Meslek Yüksek Okulu, 50400 Ürgüp/NEVŞEHİR

## EĞİTİM

Derece	Kurum	Mezuniyet Tarihi
Lisans	Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Nevşehir Turizm ve Otelcilik Yüksek Okulu	13.07.2002
Yüksek Lisans	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü	20.06.2018
Doktora	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü	Temmuz /2018- devam ediyor

**YABANCI DİL :**

**YAYINLAR**

### **Bilimsel ulusal ve uluslararası makaleler:**

1- Buyruk Lütfi, Aydemir Durmuş Ali (2022). The Opinions Of Hotel Managers About Halal Hotel Concept: A Research In Cappadocia. Journal Of Multidisciplinary Academic Tourism, 7(1), 31-40., Doi: 10.31822/Jomat.2022-7-1-31 (Yayın No: 7231184)

2- Aydın Şule, Keskin Emrah, Aydemir Durmuş Ali (2021). Türk Mutfağının Uluslararası Bilinirliğindeki Engeller Ve Aşçıların Konu Hakkındaki Görüşleri. Journal Of Gastronomy And Tourism, 9(1), 915-936. (Yayın No: 7012032)

3- Aydemir Durmuş Ali, Buyruk Lütfi (2019). Gastronomi Ve Mutfak Sanatları Eğitimi Alan Üniversite Öğrencilerinin Kariyer Beklentileri: Lisans Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. Journal Of Tourism And Gastronomy Studies, 7(4), 3225-3248. (Yayın No: 5736048)

### **Bilimsel Ulusal Ve Uluslararası Toplantılarda Sunulan Bildiriler:**

1-Aydemir Durmuş Ali, Buyruk Lütfi (2019). Gastronomi Ve Mutfak Sanatları Öğrencilerinin Aldıkları Eğitim İle Kariyer Beklentileri İlişkisi: Lisans Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. 4.Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi, 351-363. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:5283139)

2- Buyruk Lütfi, Aydemir Durmuş Ali (2019). Otel Yöneticilerinin “Helal Otel” Konsepti Hakkındaki Düşünceleri: Kapadokya’da Bir Araştırma. 2. International Halal Tourism Congress, 399-408. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:5527011)

3- Samur Arif Nihat, Kaplan Aslı, Aydemir Durmuş Ali (2018). Demografik Özellikler Açısından İş Tatmini Düzeylerinin Karşılaştırılması: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. International Conference On Social Social Sciences (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın

4- Karakaya Kayhan, Sözbilen Gülhan, Erdoğan Taner, Aydemir Durmuş Ali (2021). Yöresel Restoran Ve Yiyecekler Açısından Tüketicilerin Memnuniyet Düzeylerini Belirleyeme Yönelik Bir Araştırma : Kapadokya Örneği. Ugtak (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:7254004)