



Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Gastronomi Turizmine Etkileri: Niğde İli Örneği** (Effects of Local Food and Beverages on Gastronomy Tourism: The Case of Niğde Province)

* Mevlüt ÖLMEZ^a , İbrahim İLHAN^b 

^a Niğde Ömer Halisdemir University, Vocational School of Social Sciences, Department of Hotel Restaurant and Catering Services, Cookery Program, Niğde/Turkey

^b Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Nevşehir/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 05.07.2022

Kabul Tarihi: 01.09.2022

Anahtar Kelimeler

Yöresel yiyecek ve İçecek

Gastronomi turizmi

Niğde mutfağı

Öz

Bu araştırmanın amacı; Niğde yöresine ait yemeklerin gastronomi turizmi açısından paydaşlarla değerlendirilerek yöresel lezzetlerin gastronomi turizmine olan etkilerini belirleyebilmektir. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden yüz yüze görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini; Niğde merkezde yer alan restoran ve lokanta işletmelerinin sahibi ve personelinden oluşan 20 kişi, turizm işletme belgeli ve belediye belgeli otel işletme sahibi ve personelinden oluşan 8 kişi, A grubu seyahat acentesi işletme sahibi ve personelinden oluşan 10 kişi, Turizmciiler Derneği başkanı ve Niğde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü müdür ve müdür yardımcısı oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda ulaşılan tüm veriler incelendiğinde, Niğde'nin gastronomi turizmi potansiyelinin yüksek olduğu fakat bu durumun yeterince ön plana çıkarılmadığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla bu durumun yapılacak inceleme ve girişimlerle giderilebileceği öngörülmektedir. Araştırmada, Niğde gastronomi turizminin geliştirilebilmesi için; yöreye ait yiyecek içeceklerin tanıtımı amacıyla çeşitli gastronomi festivalleri ile etkinliklerinin düzenlenmesi, bölgede yöresel mutfak çalışmalarına yönelik tanıtım ve reklamların artırılması ve Niğde mutfağına ait coğrafi işaretli ve tescilli ürünlerin çoğaltılması önerilerinde bulunulmuştur.

Keywords

Local food and beverage

Gastronomy tourism

Niğde cuisine

Abstract

The purpose of this research is to determine the effects of local tastes on gastronomic tourism by evaluating the dishes of the Niğde region with stakeholders in terms of gastronomic tourism. The face-to-face interview technique, one of the qualitative research methods, was used as a data collection method. The universe of the research; 20 people consisting of the owners and staff of restaurants and restaurant businesses in the center of Niğde, 8 people consisting of hotel business owners and personnel with tourism operation certificates and municipality certificates, and 10 people consisting of A group and travel agency business owners and personnel, the president of the Tourism Association and Niğde Province The Directorate of Culture and Tourism consists of the director and the deputy director. When all the data obtained as a result of the research were examined, it was determined that the gastronomic tourism potential of Niğde was high, but this situation could not be brought to the fore. Therefore, it is envisaged that this situation can be resolved with investigations and initiatives. In the research, to develop Niğde gastronomic tourism; Suggestions were made to organize various gastronomic festivals and events to promote the local food and beverages, increase the promotion and advertisements for local cuisine studies in the region, and reproduce the geographically marked and registered products of Niğde cuisine.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: mevlutolmez@ohu.edu.tr (M. Ölmez)

DOI: 10.21325/jotags.2022.1089

** Bu çalışma Mevlüt Ölmez'in "Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Gastronomi Turizmine Etkileri: Niğde İli Örneği" isimli yüksek lisans tezinden faydalanılarak hazırlanmıştır.

GİRİŞ

Gastronomi ve turizm arasındaki bağlantı, geleneksel misafirperverlik, yemek ve lezzet tomurcuklarından gastronomi turizminde yenilikçi konseptlerin geliştirilmesine doğru bir yolculuktur. Gastronomi, hedefler ve hedef görüntü ile ayrılmaz bir şekilde bağlantılıdır. Günümüzde ise gastronomi, turistlerin tatil destinasyonlarını seçmelerinin en önemli nedenlerinden biri haline gelmiştir. Başka bir ülkeye seyahat edenlerin beklentisi, yeni yerler görmek, yeni kültürler öğrenmek, yeni zevklerle tanışmak ve farklı deneyimler yaşamaktır. Yemek deneyimi; müzeler, eğlence ve alışveriş aktiviteleri ile ziyaretçi çekme potansiyeline sahiptir (Özkaya & Gündeğer, 2014: s.188). Gastronomi turizmi; bir ülke veya bölgenin kültürel özelliklerini ve mirasını koruyup yansıtarak bir ülke veya bölgeye rekabet avantajı sağlar (Çalışkan, 2013: s.41). Uluslararası olumlu etkileşimler oluşturmaya yardımcı olur ve ekonomik ve sosyal kalkınma için önemli bir pazardır. Ayrıca kentsel ve kırsal alanlarda yapılaşma ve yıl boyunca turist çekme potansiyeline sahiptir (Ateş, 2011: s.15).

Gastronomi turizmine etki eden en önemli unsurlar arasında yöresel mutfaklar yer almaktadır. Yöresel yiyecek ve içecekler, turizm pazarında yeni bir turizm alanı olan “gastronomi turizmi” oluşmasında etkili rol oynamaktadır (Çelik, 2017: s.21). Destinasyonda sadece yörede üretilen hammaddelerin, yemeklerin tadına bakılması ve üretim aşamasının gözlemlenmesi gibi faktörler turistleri destinasyonu tercih etmeye motive etmektedir (Gökdeniz vd., 2015: s.4). Araştırma kapsamında ele alınan Niğde ili, İç Anadolu bölgesinde gastronomi merkezi olmaya aday bir konuma sahiptir. Günümüzde birçok medeniyete ev sahibi yapmış olan Niğde ili, 10.000 yıllık bir yerleşkeye sahiptir. İpek yolu ve kral yolu gibi önemli yol güzergâhlarında olması sebebiyle kendine has, zengin kültürel yiyecek ve içecekleri mutfağında toplamıştır. Görkemli bir geçmişe sahip olan Niğde, (Türkmenler, Yörükler Bulgaristan ve Yunanistan Göçmeni Türkler ve Doğu Türkistan'dan gelen Kazaklar) gibi her dönem birçok farklı etnik yapıya ev sahipliği yapmıştır. Bununla beraber her kültürün bir parçasını günümüze kadar taşıyarak kendine özgü gastronomi kültürünü ortaya çıkarmıştır. Geçmişten günümüze pek çok yöresel lezzetlere ev sahipliği yapmış olan Niğde'nin bölge mutfağı her türlü övgüyü hak eden zengin bir mutfağı oluşturmaktadır (Baş, 2017).

Ülkeleri, bölgeleri ve destinasyonları diğerlerinden farklı kılan ve rekabet avantajı sağlayabilen etken, gastronomi ürünlerinin varlığı ve çeşitliliğidir. Fakat gastronomi ürünlerinin varlığı ve çeşitliliği bölgeyi turistler tarafından tercih edilen bir yer yapmak için yeterli değildir. Gastronomi turizminin gelişim göstermesi için aynı zamanda bölgedeki tüm paydaşların ve bölge gastronomi imajının belirlenen hedeflere ulaşmada destekleyici unsurlar olması gerekmektedir. Bu sebeple araştırma kapsamında ele alınan Niğde ilinde yer alan ve iç piyasayı bilen paydaşlar arasında; yiyecek içecek işletmelerine, otellere ve seyahat acentelerine büyük bir rol düşmektedir. Ancak literatür tarandığında Niğde yöresel lezzetlerinin tespit edilmesi ve bu lezzetlerin gastronomi turizmine etkilerine yönelik çalışmaların çok az olduğu görülmüştür. Bununla birlikte çalışmanın temel amacı; Niğde yöresine ait yemeklerin gastronomi turizmi açısından paydaşlarla değerlendirilerek yöresel lezzetlerin gastronomi turizmine olan etkilerini belirlemektir. Ayrıca araştırmanın gelecekte yapılacak çalışmalara ve gastronomi turizminin tüm paydaşlarına başvuru kaynağı olması hedeflenmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Gastronomi Turizmi

Gastronominin kelime anlamı ilk olarak Archestratus'a ait olan ve ilk yemek kitabı olarak adlandırılan "Gastronomi" adlı bir şiirde görülmektedir. Daha sonra 19. yüzyılda gastronomi ortaya çıkmış, yemek pişirme hizmeti soylular arasında yayılmış ve beslenme ile ilgili meslek grupları oluşturulmuştur. Bu gelişmelere ilaveten Yunan, Mısır ve Roma uygarlıklarında yemek pişirme ile ilgili bilinen yazılı materyaller bulunmuştur. "Uzmanların Şöleni" ve "Apicius", bulunan bu materyallerden en çok okunan kitaplar arasındadır (Algün, 2016: s.10).

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

Gastronomi, içerdiği tüm sanatsal ve bilimsel unsurları kapsayan bir bilim olarak da tanımlanmaktadır. Gastronomi yiyecek ve içeceklerin tarihsel gelişiminden başlayarak, her hususu ayrıntılı olarak anlamayı, uygulamayı, geliştirmeyi ve mevcut koşullara uyarlamayı hedeflemektedir (Eren, 2007: s.74). Başka bir tanıma göre, gastronomi yiyecek ve içeceklerin hijyen ve sanitasyon kurallarına göre düzenli bir şekilde hazırlandığı, göze ve damak zevkine hitap edecek şekilde sunulduğu bir yemek kültürü veya yemek süsleme sanatıdır (Dilsiz, 2010: s.3).

Gastronomi turizmi; insanların daha önce hiç yemedikleri yemekleri tatmak için farklı bölgeleri, kırsal alanları veya özel alanları, gıda üreticilerini, yemek festivallerini veya restoranları ziyaret ederek bilmedikleri bir yemeğin ve içeceğin hikayesine şahit olmak olarak tanımlanır (Deveci, Türkmen & Avcıkurt, 2013: s.31). İlgili yazında, yiyecek ve içecek deneyimleri için yapılan seyahatler tanımlamak için yemek turizmi, gurme turizmi, gastroturizm, gıda turizmi, şarap turizmi gibi farklı terimler ile kullanıldığı görülmektedir. Bu terimlerin aksine, gastronomi turizmi terimi, yemek deneyimi ile tamamen aynı kabul edilir. Yemek ve şarap turizminin birleşmesiyle oluşan gastronomi turizmi, yiyecek ve içeceklerin yanı sıra yöresel yemeklerin bir arada sergilenmesi ve turistlerin bu zevki yaşamaları için zaman ayırmaları olarak isimlendirmektedir (Aydemir, 2018: s.6).

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

Gastronomi turizmi alanının genişletilmesi için; bölgedeki tüm turizm ürünleriyle birlikte gastronomi gıda üretim şirketleri, bölgede faaliyet gösteren turizm işletmeleri ve kurumları, bölge ile ilgili tarihi belgeleri ve faaliyetleri bir kitapta toplanmalıdır. Ayrıca gastronomi turizminin unsurları olan yöresel yemek kursları, yemek festivalleri, müzeler, turizm toptancıları ve üreticileri de koordine edilmelidir (Üzümcü, 2018: s.36). Gastronomi

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

Yöresel Yiyecek ve İçecekler

Yemek, kültürdeki en önemli unsurlardan biridir. Belirli bir bölgedeki yöresel yiyecek ve içecekler o bölgeyi farklı kılar. Günümüzde dışarıda yemek yiyenler sadece açlığı gidermekle kalmayıp, yemek sırasında da farklı deneyimler yaşamaktadır (Yüncü, 2010). Yöresel yiyecek ve içeceklerin, tamamen somut olmayan bir kültürel mirasın parçası olduğu söylenebilir. Aynı şekilde her bölgenin kendine özgü yemek kültürü ve lezzeti vardır. Bu yemek kültürünün oluşmasında ve yerleşmesinde yerel halkın yaşam tarzı, kültürel özellikleri ve inançları gibi somut olmayan kültürel değerlerin çok önemli olduğunu söylemek mümkündür (Çakır, Sezer & Küçükaltan, 2014: s.49). Yöresel yiyecek ve içeceklerin turizmde kültürel bir unsur olarak kullanılması, yerel geleneklerin ve kültürün korunmasını sağlar. Bu aynı zamanda yerel halkın kültürel miraslarını koruma bilincinin farkında olmasını sağlar.

Bir toplumun kültürel değeri, sadece yaşam tarzı için değil, aynı zamanda beslenme alışkanlıkları için de etkilidir. Bu nedenle farklı toplumlarda farklı beslenme alışkanlıkları, yemek türleri, farklı tatlar, farklı pişirme ve saklama yöntemleri görülebilmektedir (Albayrak, 2013: s.5052). Yöresel yiyecek ve içecekler için düzenlenen seyahatlerin önemi turizm yelpazesi içinde her geçen gün artmaktadır. Yapılan seyahatler ile yerel halkın ve etkinliğin yapıldığı bölgenin kalkınmasına ve gastronomik açıdan imajına önemli katkı sağlamaktadır. Ayrıca bu seyahatler, bölgenin ve ülkenin kalkınmasında önemli rol oynayan stratejik öneme sahip faaliyetler olarak tanımlanmaktadır (Bucak & Aracı 2013; Kemer & Çelik Gençoğlu 2021). Kısaca yemekler bulunduğu yerden alınarak başka kültürlere dahil edilemediği için, bu yemekleri ülke veya bölge olarak tanımlamak kolaydır. Yerel yiyecek ve içeceklerin turizmde kültürel bir unsur olarak kullanılması, yerel geleneklerin ve kültürün korunmasını sağlar. Bu aynı zamanda yerel halkın kültürel miraslarını koruma bilincinin farkında olmasına olanak tanır.

Yöresel yemek, dini veya milli etkiler altında oluşmuş sosyal ve kültürel unsurlara sahip yöreye ait yemekler olarak tanımlanabilir. Bu yemekler yöresel malzemelerden veya pişirme yöntemlerinden yararlanılarak elde edilmekte ve bölge halkının beslenme yapısını ortaya koymaktadır (Şengül, 2017: s.228). Yöresel mutfak kültürü, dünya çapında çeşitlilik yaratan ve toplumun kültürünü, yaşamını ve tarihini yansıtan somut olmayan bir kültürel varlık olarak kabul edilmektedir (Çağlı, 2012: s.40). Bölgedeki en değerli cazibe merkezlerinden biri olarak nitelendirilen yöresel mutfak, bölgenin somut olmayan mirasının bir yansıması olarak görülmekte ve ürünü tüketen turistlere otantik bir kültürel deneyim sunmaktadır (Güneş vd., 2008).

Yöresel mutfak, halk kültürünün en önemli unsurudur. Mutfağın temelini, yerel coğrafyanın sağladığı doğal yiyeceklerin kullanılması belirler. Mutfaktaki yerel özelliklere sahip her uygulama, önemli ihtiyaçların temelini oluşturan beslenme ihtiyaçlarını doğal bir şekilde karşılayacak şekilde tasarlanır. Ortaya çıkan yöresel mutfağın girdisi belirlenirken; bölgenin iklimi hayvancılığa uygun olsa da bölgede yetişen yiyecekler ve avlanma olanaklarının varlığı önemli bir faktördür. Yöreye yerleşen kişilerin inanç ve kimlik özellikleri; yemek tariflerinin, pişirme tekniklerinin ve yiyecek tedarik yöntemlerinin belirlenmesinde rol oynamaktadır (Gürsoy, 2013; Kemer, 2019). Günümüz turistleri, ziyaret ettikleri bölgenin kültürüyle harmanlanmayı sevmekte ve o kültürün tüm

unsurlarını görmek istemektedir. Bu nedenle ülkeler, turizm pazarındaki bu değişime uyum sağlamak için yerel ve kültürel değerleri ön plana çıkararak diğer bölgelerden farklılaşmaya çalışmaktadır (Yüncü, 2010: s.28). Bu farklılaşma için çabalayan tüm ülkeler, yerel mutfaklarını kültürel değer ve turistik cazibe unsuru olarak görmektedir. Her destinasyonun gittikçe birbirine benzemeye başladığı dünyada, özellikle küreselleşme bağlamında, turistler de farklı kültürleri ve günlük yaşamları deneyimlemek istemektedir. Bu amaçla turistler artık somut olmayan yerel kültür varlıklarıyla, mevcut yaşam deneyiminde kendi kültürünü taşıyan yerel halk ve yerel kültürle daha çok ilgilenmektedir. Bu talebe bağlı olarak, somut olmayan yerel kültür varlıklarına dayalı turizm türleri günümüz turizm endüstrisinde artan talep göstermiş, birçok ülke az gelişmiş bölgeleri geliştirmek için turizmde soyut yerel kültür varlıklarını kullanmaya başlamıştır (Çağlı, 2012: s.1). Günümüzde insanlar, turizm ürünlerini desteklemek için gastronomik mirası giderek daha fazla kullanmaktadır. Yiyecek ve içecekler; sadece yerel halkın, ekonominin, toplumun, tarihin ve kültürün bir ürünü olmanın yanı sıra tarih boyunca yerel yaşam tarzından da etkilenmiştir (Yarış, 2014; Kemer, 2021).

Yiyecek ve içecek sektörü ile turizm arasında iki yönlü bir ilişki vardır. Bunlardan biri yöresel yemekleri turistik bir ürün olarak kabul etmektir. Diğeri ise bölgeye gelen turistlerin memleketlerine döndüklerinde yöresel yiyeceklerin ihracatı ile ilgili teşebbüste bulunmalarıdır. Dolayısıyla turistlerin gittikleri ülkelerde farklı yemeklerin tadına baktığı ve dönerken sempati gösterdiği bu ülkeler için bir reklam aracı olarak kullanılabilir (Yüncü, 2010: s.30). Turistleri bir ülkeyi veya bölgeyi ziyaret etmeye çeken ana faktör, yerin çekiciliğidir. Kültürel ve tarihi değerler, sanatsal aktiviteler, spor aktiviteleri, eğlence, alışveriş imkanları ve gastronomi bir bölgeyi diğer bölgelerden ayıran en önemli çekim unsurları haline gelmektedir. Bir turizm ürünü olarak bölgenin mutfak mirası her geçen gün daha önemli hale gelmekte ve turizm pazarlamasında da kullanılmaktadır (Cömert & Durlu, 2014: s.65). Gastronomi turizmi deneyiminin bölgenin tüm yönleriyle birleştirmenin en iyi yolu bölgedeki otellerin veya restoranların menülerine yöresel yiyecek veya içecekleri dahil etmeleridir. Turizm işletmelerinin ürettiği yöresel yemekler, bölgeyi ziyaret eden turistlere önemli bir cazibe oluşturarak yörenin yöresel yemeklerini tatma fırsatı sağlar (Bucak & Aracı, 2013: s.208).

Yemek tüketimi, destinasyonların, pazarlama ve tanıtım yöntemlerinin yadsınamaz cazibesi olan ziyaretçilere unutulmaz bir deneyim yaşatır. Bu nedenle ülkeler yöresel yemek kültürünü korumalı ve bu yemek kültürünü yansıtan pazarlama politikaları benimsemelidir (Gökdeniz vd., 2015: s.8). Sonuç olarak, insanların seyahat tercihlerinin yemek kültürünün oluşması, iç ve dış turizm talebini canlandırmak için turistlerin ilgisini çekerek ve turizm gelirini artırarak bölgenin gelişimini etkileyen önemli faktörlerden biri olarak görülmektedir (Gökdeniz vd., 2015: s.9).

Yöresel Yiyecek ile Gastronomi Turizmi İlişkisi

Yemek, kültür ve mutfak olguları insanları birbirine yaklaştırır ve bu alanda yapılan reklamlarda, ülke veya bölge tanıtımında önemli bir yere sahiptir. Yemek kavramı, insanların boş zamanlarında bir aktivite haline gelmiştir. Yemeklerin bölge kültürüyle bütünleşmesi ve turistlerin ilgisini çekmesi nedeniyle yurt içi ve yurt dışında turizmin canlanmasında etkili olmuştur (Belpınar, 2014: s.17-18). Halkın turizm algısına olan ilgisi ve turistlerin ihtiyaçları hızla değişmektedir. Bu değişiklikler, çeşitlendirilmiş turizm ürünlerine olan talebi artırmıştır. Bu talebi karşılamak için alternatif turizm sağlık, kültür, spor, inanç turizmi gibi türlerinin giderek daha önemli hale geldiği gözlemlenmiştir. Özellikle son zamanlarda alternatif turizm türlerinde gastronomi turizmine olan ilgi

de dikkatleri üzerine çekmiştir. Bunun nedeni, gastronomi turizminin her mevsim yapılabilen ve turizmin coğrafi dağılımının dengesinin bir unsuru olması ve çeşitli ve özgün eğlence aktiviteleri nedeniyle birçok turizm türüne entegre edilebilen bir turizm çeşidi olmasıdır (Kesici, 2012: s.34).

Destinasyonda yöresel yiyecek ve içeceklerin bulunması veya sadece yörede üretilen hammaddelerin yemeklerin tadına bakılması ve üretim aşamasının gözlemlenmesi gibi faktörler turistleri burayı tercih etmeye motive etmektedir (Gökdeniz vd., 2015: s.4). Yöresel yiyecek ve içecekler de destinasyonun çekiciliğini artırabilecek kültürel bir tanıtım aracı olarak tanımlanmıştır. Yöresel mutfağın tanıtılmasına, geleneksel mutfak bilgisinin gelecek nesillere aktarılmasına ve geleneksel lezzetlerin gelecek nesillere öğretilmesine önemli katkılar sağlamıştır. Dünyanın pek çok destinasyonunda yöresel yiyecek ve içecekler destinasyonun imajını şekillendirmede çok önemli bir rol oynamaktadır. Gastronomi turizmi, turistlere destinasyonun öz kültürünü sunar ve turistlerin yöresel ürünleri tüketerek gerçek bir kültürel deneyim yaşamalarına olanak sağlar (Okumuş, Okumuş & McKercher, 2007).

Bir destinasyona rekabet avantajı sağlayacak faktörlerden biri de yöresel yiyecek ve içeceklerdir. Yöresel pazarlar, yemek festivalleri, yöresel peynir üreticileri, zeytinyağı üreticileri, üzüm bağları, arıcılık ve mantar yetiştirme vb. unsurlar turistler için dikkat çekmektedir. Yukarıdaki bahsedilen unsurlar, bol miktarda olup gastronomi turizmi için avantaj sağlayacaktır (Kesici, 2012: s.36). Destinasyonda üretilen yiyecek ve içeceklerin orijinalliği, turistlerin destinasyonu yeniden ziyaret etme istekliliğini etkileyecektir. Destinasyon tarafından sağlanan yöresel yiyecek ve içecekler, insanlara hoş bir atmosfer ve mükemmel hizmet verecektir. Karşılaştırmalı bir bakış açısıyla, bireyler bu destinasyonları diğer alternatiflerine tercih ederler. Yöresel yemek yiyen turistlerin memnuniyetini ve destinasyona bağlılığını etkiler. Sürekli değişen turizm trendlerine paralel olarak, insanların yerel değerlere olan ilgisi günümüzde artmaktadır. Mutfak kültürü ve yemek kavramları bu değerlerden biridir ve toplumun önemli kültürel miraslarındandır. Bu bakımdan yöresel mutfağın değerinin özgünlüğü turizm potansiyeli açısından destinasyonları farklı kılmaktadır (Karacaoğlu vd., 2015: s.43-44). Literatürde yöresel ürünlere yönelik yapılan çalışmalar yer almaktadır (Güneş, vd., 2008; Ateş Çavuşoğlu, 2011; Göynüşen, 2011; Çakır, vd., 2014). Gökdeniz, vd., 2015; İlhan, 2018; Kemer, 2019; Kemer, 2021; Kemer & Çelik Gençoğlu, 2021). Fakat Niğde ilinin ve Niğde yöresine ait yemeklerin gastronomi turizmi açısından değerlendiren çalışmaya rastlanılmamıştır. Dolayısıyla Niğde iline ait yöresel yemeklerin gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

Yöntem

Bu araştırmanın amacı; Niğde yöresine ait yemeklerin gastronomi turizmi açısından paydaşlarla değerlendirilerek yöresel lezzetlerin gastronomi turizmine olan etkilerini belirleyebilmektir. Araştırma evrenini Niğde ilindeki merkeze bağlı konaklama işletmeleri, yiyecek içecek ile ilişkili işletmeleri, oteller ve acentelerin sahipleri ve işletme personelleri, Turizmciler Derneği ve Niğde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise Niğde merkezde yer alan 20 yiyecek içecek işletmesi, 8 otel işletmesi, 10 A grubu seyahat acentesi, Turizmciler Derneği başkanı ve Niğde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü müdür ve müdür yardımcısı oluşturmaktadır. Ayrıca çalışmada Niğde Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü Aşçılık Programı akademik personeli ile Niğde Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü'nün paydaş görüşlerine de yer verilmiştir. Görüşülen her işletmeden en az bir kişiyle görüşme

yapılmıştır. Fakat bazı işletmelerde işletmenin aşçı personeli ile bazı işletmelerde ise işletme sahipleri aynı zamanda aşçı olduğu için işletme sahibi ile görüşme gerçekleştirilmiştir.

Örneklem grubunda yer alan yiyecek içecek ile ilişkili işletmeleri belirleyebilmek ve bu kişilere ulaşabilmek için ise nitel araştırma yöntemi örnekleme tekniklerinden olasılığa dayalı olmayan teknikler içerisinde yer alan kasıtlı örnekleme modelinden yararlanılmıştır. Kasıtlı örnekleme çeşidinde örnekleme oluşturan kişiler araştırmayı yürüten kişi tarafından yaptığı araştırmaya yönelik problemlerin yanıt bulabileceğine inandığı kişilerden meydana getirilir. Grubu oluşturan kişilerin belirlenmesinde temel ölçüt araştırmacının kendi yargısıdır. Kasıtlı örnekleme modelinde kişiler rastgele seçilmezler (Altunışık vd., 2007: s.132). Bu doğrultuda Araştırmanın amaçlarına uygun olarak yapılan çalışmada tümevarım yaklaşımı benimsenerek, nitel araştırma yöntemlerinden yüz yüze görüşme tekniği kullanılmıştır (Stewart & Cash, 1991). Görüşme tekniği ile araştırmanın konusu hakkında derinlemesine bilgi edinilebilmesi amaçlanmıştır. Görüşme tekniği ile elde edilen küçük veri parçalarının analiz edilip bir araya getirilmelerinin ardından çalışmanın ana probleminin yanıt bulabilmesine zemin hazırlayabileceği öngörülmektedir. Görüşmelerde yarı yapılandırılmış soru formuyla görüşme yaklaşımı kullanılmıştır (Patton, 1987). Araştırmada fenomenolojik araştırma kapsamında amaçlı örneklemeyle (Patton, 2002) çeşitli kategorilerdeki yiyecek içecek işletmelerine, otel yöneticilerine, acentelere, Niğde Turizmciiler Derneği ve Niğde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğüne ulaşarak geniş çerçevede temsil gücü amaçlanmıştır

Yapılan çalışmada görüşmeler Covid 19 Pandemi süreci, sokağa çıkma kısıtlamaları, salgın koşullarının sürmesi ve yiyecek içecek işletmelerinin hizmetlerine ara vermeleri nedenleriyle her bir görüşme yüz yüze görüşme tekniği ile gerçekleştirilememiştir. Bundan dolayı yüz yüze gerçekleştirilemeyen görüşmeler telefon aracılığı ile sağlanmıştır. Her bir telefonla görüşme süreleri 30 ila 45 dakika arası sürmüştür. Her bir görüşme ise soru-yanıt şeklinde sağlanmıştır. Görüşmeler mülakat yapılacak kaynak kişilerin müsait oldukları zamanda 3-20 Mayıs 2021 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Sözlü görüşmeler katılımcıların izinleri doğrultusunda ses kayıt cihazı ile daha sonra yazıya dökülmek üzere kaydedilmiştir. Görüşmeler sırasında verilen yanıtlar araştırmacı tarafından not alınmış görüşmelerin sona ermesiyle her bir yanıt bilgisayar aracılığıyla dijital ortama aktarılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmelerde araştırmacı görüşme sırasında meydana gelen veya gelebilecek değişkenlere yönelik gözlem tekniğinden yararlanarak incelemelerde bulunabilmektedir. Araştırmacı elde ettiği verilerin dikkat mekanizması altında analizlerinin sağlanmasında rol oynayabilir. Araştırmada ihtiyaç duyulan görüşme formu yarı yapılandırılmış bir özelliğe sahip olmak üzere toplam 4 adet açık uçlu görüşme sorusundan oluşmaktadır. Görüşme süreci içerisinde kullanılan görüşme formu yöresel yiyecek ve içecekler ile gastronomi turizmi üzerine alanyazında yer alan bilgilerin incelenmesi sonucu meydana getirilen sorulardan oluşmaktadır (Önal, 2018; Yavuz, 2019; Tuna & Özyurt, 2018; İlhan, 2018). Araştırma soruları aşağıda yer almaktadır:

Örnekleme ait demografik özellikler: (Adı-Soyadı, Cinsiyet, Yaşı, Eğitim Durumu, Çalışılan Pozisyon, Sektör Deneyim Süresi).

1. Niğde'nin yöresel yemeklerini biliyor musunuz? Niğde'ye özgü bildiğiniz özellikle unutulmaya yüz tutmuş yöresel yiyecek ve içecek var mıdır?

2. Niğde genelinde yer alan yiyecek ve içecek ile ilişkili işletmeler bölgenin sahip olduğu yöresel yiyecek ve içeceklerine gereken önemi veriyor mu? Bu yemeklere menülerinde yer veriyorlar mı?

3. Niğde iline ait gastronomik lezzetlerden hangileri turistik açıdan ön plana çıkarılmalıdır? Bu yemeklerden hangileri gastronomi turizmi kapsamında işletme menülerine dahil edilmelidir? (Kahvaltı, Öğlen Yemeği, Akşam Yemeği, Ara Öğünler, İçecekler)

4. Niğde mutfağında yer alan yöresel yiyecek ve içeceklerin bölgenin gastronomi turizmi potansiyeline katkısı olacağını düşünüyor musunuz?

Görüşme formunda yer alan soruların uygulamaya geçilmeden önce alanyazın taraması yapılmış ve gastronomi alanında uzman 2 akademisyen ve turizm alanında uzman 1 kişi ile birlikte soruların anlaşılabilirlik düzeylerini kontrol edilmiştir. Ayrıca Niğde Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü Aşçılık Programı akademik personeli ile pilot çalışma yapılmıştır.

Soruların hazırlanması için alanyazında yer alan çalışmalar incelenmiş olup ayrıntılı bir literatür taraması yapılmıştır. Tüm bu açıklamalar doğrultusunda yapılan araştırma, problem ve belirlenen amaçları açısından derinlemesine betimlemelere ihtiyaç duyduğundan, nitel bir araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Ayrıca etik hassasiyet gereği katılımcılar belli başlı kodlar kullanılarak kodlanmıştır. Bu çalışmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Etik Kurulu 08.04.2021 tarihi ve 6 karar/sayı numarası ile alınmıştır.

Bulgular

Görüşme Yapılan Kişilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında her bir işletmeden temsilen görüşülen kişiler ile ilgili bilgiler oran ve yüzde dağılımlarıyla Tablo 1’de verilmiştir. Katılımcılar ile ilgili verilen bu bilgilerde sırasıyla görüşülen her bir kişinin cinsiyeti, yaşı, eğitim düzeyi, bulunduğu işletmedeki pozisyonu ve sektördeki deneyim süresi belirtilmektedir. Bununla birlikte araştırma etiğine uygun olarak katılımcıların kimliklerini açık bir şekilde belirtmemek amacıyla metot kısmında her bir yiyecek içecek işletmesi ve otel işletmesinde temsilen görüşülen kişiler için A1, A2, A3... şeklinde, acente ve diğer paydaş kişiler için B1, B2, B3... şeklinde kodlanmış olup, belirtilen bu sıra görüşme sırasını temsil etmemektedir.

Tablo 1. Görüşme yapılan kişilerin demografik özellikleri

Değişkenler	Gruplar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	32	78
	Kadın	9	22
	Toplam	41	100
Yaş	20-29 Yaş	7	17,1
	30-39 Yaş	10	24,4
	40-49 Yaş	11	26,8
	50- 59 Yaş	10	24,4
	60-69 Yaş	3	7,3
	Toplam	41	100
Eğitim Düzeyi	İlkokul	10	24,4
	Lise	19	46,3
	Üniversite	12	29,3
	Toplam	41	100

Tablo 1. Görüşme yapılan kişilerin demografik özellikleri (devamı)

Çalışılan Pozisyon	İşletme Sahibi	10	24,4
	İşletme Müdürü	7	17,1
	Genel Müdür	4	9,7
	Mutfak Şefi	7	17,1
	Mutfak Elemanı	8	19,5
	İşletme Çalışanı	5	12,2
	Toplam	41	100
Sektör Deneyim Süresi	5 Yıldan Az	4	9,7
	5-10 Yıl	9	22
	11-20 Yıl	14	34,1
	21-30 Yıl	9	22
	31-40 Yıl	5	12,2
	Toplam	41	100

Tablo 1’de araştırmaya katılan katılımcıların çoğunluğunu 40-49 yaş aralığında lise mezunu olan sektörde 11-20 yıl arasında tecrübesi olan erkek bireylerden oluştuğu görülmektedir.

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

Araştırma kapsamında görüşülen kişilere ilk olarak Niğde’nin yöresel yiyecek ve içeceklerini bilme durumları hakkındaki düşünceleri sorulmuştur. Aynı soru doğrultusunda “Bahsedilen unutulmaya yüz tutmuş yöresel yiyecek ve içecekleri nelerdir?” soruları yöneltilmiştir. Birinci soruya verilen yanıtlar incelenmiş ardından ortaya çıkan ifadeler Tablo 2’de gruplandırılmıştır.

Tablo 2. Katılımcıların Niğde yöresel yemeklerinin katılımcılar tarafından bilinme durumu ve niğde’ye özgü unutulmaya yüz tutmuş yöresel yiyecek ve içeceklerine ilişkin görüşleri

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

Tablo 2. Katılımcıların Niğde yöresel yemeklerinin katılımcılar tarafından bilinme durumu ve niğde'ye özgü unutulmaya yüz tutmuş yöresel yiyecek ve içeceklerine ilişkin görüşleri (devamı)

Niğde'ye Özgü Unutulmaya Yüz Tutmuş Yöresel Yiyecek ve İçecekler	Büzeyden	3	4,8
		Erikli Pırasa	4
	Bossulu	9	22
	Yumurtalı Yufka Ditmesi	2	4,8

Tablo 2'de görüldüğü üzere araştırma için temsilen görüşülen kişilere “Niğde'nin yöresel yemeklerini biliyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Verilen yanıtlarda Niğde'nin yöresel yemeklerinin bilinme durumunun 23 kişi tarafından %56,1'lik oran ile bilindiğini, 6 kişi tarafından %14,6'lık oran Niğde'nin yöresel yiyecek ve içecekleri hakkında herhangi bir bilgiye sahip olmadığını aktarmıştır. Kalan 12 kişi tarafından %29,3'lük oran ise kısmen bildiğini ifade etmiştir. Niğde'nin yöresel yemeklerini bilen bir katılımcının ifadesi şu şekildedir:

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

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

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

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

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

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

Ayrıca Tablo 2'de Niğde'ye özgü bildiğiniz özellikle unutulmaya yüz tutmuş yöresel yiyecek ve içecek var mıdır? sorusuna verilen yanıtlar sonucunda 18 katılımcı en fazla %44'lük oran ile “üzüm boranisi/üzümlü” yemeğini daha sonra onu %24,4'lük oran ile “mangır çorbasi” yemeği, %22'lik oranlar ile “bossulu”, “mazaklı/topalak/sulu köfte”, “peynirli cevizli erişte pilavı” ve “ayva boranisi” yer alırken; 8 katılımcı ise %19,5'lik bir oran ile “orta dolması” yemeğini Niğde'nin unutulmaya yüz tutmuş lezzetlerinden birisi olduğunu söylemiştir. Unutulmaya yüz tutmuş yöresel yiyecek ve içecekler listesini %17'lik oranlar ile “sütlü pancar Çorbası”, “paça tirit” ve “soğanlama/soğan öldürmesi” yemeği takip etmiştir. Sakatat yemeklerinden olan “karın kurutma” ve “mumbar kurutma” ise 6 katılımcının %14,6'lık bir oranı ile unutulmaya yüz tutmuş yemekler listesinde yerini almıştır. Konuyla ilgili bazı katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

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

Başka bir katılımcının ifadesi ise şu şekildedir:

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

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

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

Yöresel Yiyecek ve İçecekler Verilen Öneme Yönelik Bulgular ve Bu Yemeklerin Menülerde Yer Verilme Durumuna İlişkin Bulgular

Katılımcılara ikinci soru olarak Niğde genelinde yer alan yiyecek içecek ile ilişkili işletmelerin yöresel yiyecek ve içecekler gereken önemin verilme durumu hakkındaki düşünceleri sorulmuştur. Aynı soru doğrultusunda bahsedilen yöresel yiyecek ve içeceklerin menülerde yer verilme durumuna ilişkin soruları yöneltilmiştir. İkinci soruya verilen yanıtlar incelenmiş ardından ortaya çıkan ifadeler Tablo 3'te gruplandırılmıştır.

Tablo 3. Katılımcıların yöresel yiyecek ve içecekler verilen öneme yönelik görüşleri ve bu yemeklerin menülerde yer verilme durumuna ilişkin görüşleri

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

Tablo 3'te görüldüğü üzere her bir katılımcıya Niğde genelinde yer alan yiyecek ve içecek ile ilişkili işletmeler bölgenin sahip olduğu yöresel yiyecek ve içeceklerine gereken önemi veriyor mu? sorusu yöneltilmiştir. Verilen yanıtlar incelendiğinde %82,9'luk bir oran gereken önem verilmediğini ifade etmiştir. %12,2'lik bir oran ile bölgenin yöresel yiyecek ve içeceklerine işletmeler tarafından gereken önemin kısmen verildiği ifade edilirken %4,9'luk bir oran ile ise bölgenin yöresel yiyecek ve içeceklerine işletmeler tarafından gereken önemin verildiği ifade edilmiştir. Bu konu ile ilişkili olarak bazı katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

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

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

Yaylacı Adanalıların etkisinden dolayı Niğde yemek kültürü unutulmuş. Niğde'de bulunan işletmeler bu konuda Niğde yöresel yemeklerine gereken önemi vermiyor. Niğde'nin yöresel lezzetlerinden olan Bor söğürme bile

sadece Niğde'nin Bor ilçesinde kasaplarda hazırlanan bir yemek olmakla kalmıştır. Niğde merkezde Adana kebab, pide ve döner ağırlıklı işletmeler ve tüketim bulunmaktadır (B7, A14).

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

Ayrıca Tablo 3'te katılımcılara Niğde'de bulunan işletmeler bu yöresel yemeklere menülerde yer veriyorlar mı? sorusu da yöneltilmiştir. Verilen yanıtlar incelendiğinde %53,6'lık bir oran ile 22 kişi yöresel yemeklerin menülerde yer verilmediğini ifade ederken %41,5'lik bir oran ile 17 kişi ise menülerde kısmen verildiğini ifade etmiştir. %4,9'luk en düşük oranla 2 kişi ise yöresel yiyecek ve içeceklerin menülerde yer verildiğini ifade etmiştir. Bu konu ile ilişkili olarak bazı katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

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

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

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

Araştırmada görüşülen kişilere üçüncü soru olarak Niğde'nin gastronomik lezzetlerinden turistlik açıdan ön plana çıkarılması gerekenler ve bu yöresel yiyecek ve içeceklerin gastronomi turizmi kapsamında işletmelerin menülerine dahil edilmesi durumu ile ilgili soruları yöneltilmiştir. Üçüncü soruya verilen yanıtlar incelenmiş ardından ortaya çıkan ifadeler Tablo 4'te gruplandırılmıştır.

Tablo 4. Katılımcıların Niğde'nin gastronomik lezzetlerinden turistlik açıdan ön plana çıkarılması gerekenler ve bu yöresel yiyecek ve içeceklerin gastronomi turizmi kapsamında işletmelerin menülerine dahil edilecek yemeklere ilişkin görüşleri

Kategoriler	Katılımcı Sayısı	Kodlar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Turistlik Açısından Ön Plana Çıkarılması Gereken Niğde'nin Gastronomik Lezzetleri	41	Niğde Tava	18	44
		Bor Söğürme	30	73,1
		Üzüm Boranası/Üzümlü	12	29,3
		Ayva Boranası	7	17
		Tahinli Pide	14	34,1
		Sütlü Pancar Çorbası	4	9,7
		Köfter/Köfter Kavurması	12	29,3
		Niğde Tarhana Çorbası	5	12,2
		Orta Dolma	12	29,3
		Patates Tatlısı/Patates Cezeryesi	6	14,6
		Kelle Söğüş	6	14,6
		Çamardı Dondurması	10	24,4

Tablo 4. Katılımcıların Niğde'nin gastronomik lezzetlerinden turistik açıdan ön plana çıkartılması gerekenler ve bu yöresel yiyecek ve içeceklerin gastronomi turizmi kapsamında işletmelerin menülerine dahil edilecek yemeklere ilişkin görüşleri (devamı)

Gastronomi Turizmi Kapsamında İşletmelerin Menülerine Dahil Edilmesi Gereken Yemekler	Kahvaltı Menüsü	
	Sızgıt/Hakırdak	8
Bazlama/ Şepe	14	34,2
Çılbır/Çilbirti	3	7,3
Fertek Halkası/Fertek Çöreği	7	17
Yufka Ekmek Dıtmesi	11	26,8
Niğde Küp Peyniri	14	34,2
Mavi Peynir	10	24,4
Beyaz Kiraz Reçeli	8	19,5
Öğle ve Akşam Yemeği Menüsü		
Niğde Tava	13	31,7
Bor Söğürme	21	51,2
Mazaklı/Topalak/Sulu Köfte	8	19,5
Niğde Tarhana Çorbası	12	29,3
Dut Yaprağı Sarması	6	14,6
Sütlü Pancar Çorbası	2	4,9
Peynirli Cevizli Erişte	5	12,2
Orta Dolma	10	24,4
Bossulu	8	19,5
Kelle Söğüş	4	9,7
Ayva Boranisi	7	17
Soğanlama /Soğan Öldürmesi	4	9,7
Sütlü Kabak Çorbası	1	2,4
Üzüm Boranisi/Üzümlü	6	14,6
Etlı Lahana Sarma	3	4,8
Tatlı Menüsü		
Halveter	7	17
Kabak Tatlısı	8	19,5
Köfter Kavurması	12	29,3
Patates Tatlısı/Patates Cezeryesi	6	14,6
Sarığ Burma/Tırtıl Baklavası	6	14,6
Niğde Halka Tatlısı	8	19,5
Kıvrım Börek Tatlısı	8	19,5
Paluza	6	14,6
Pekmezli Kaygana	4	9,7
Pirinçli Kayısı Dolması	4	9,7
İçecek Menüsü		
Hardaliye	6	14,6
Üzüm Suyu	18	44
Elma Suyu	21	51,2
Niğde Gazozu	28	68,3
Erik Suyu	10	24,4

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

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

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

Daha sonra katılımcılara Tablo 4'te bulunan “Bu yöresel yemeklerden hangileri gastronomi turizmi kapsamında işletme menülerine dahil edilmelidir?” (Kahvaltı, öğlen yemeği, akşam yemeği, ara öğünler, içecekler) sorusu sorulmuştur. Verilen yanıtlar incelendiğinde katılımcılar kahvaltı menülerinde sızgıt/hakırdak, bazlama/şepe, çılıbır/çilibirti, Fertek halkası/Fertek çöreği, yufka ekmek ditmesi, Niğde küp peyniri, mavi peynir ve beyaz kiraz reçeli gibi Niğde'nin yöresel ürünlerinin bulunması gerektiğinden bahsetmiştir. %34,2'lik en yüksek oran ile 14 kişi “bazlama/ şepe” ve “Niğde küp peyniri”; %26,8'lik bir oran ile 11 kişi “yufka ekmek ditmesi”; %24,4'lük bir oran ile 10 kişi tarafından “mavi peynir” tercih edilmiştir. En az tercih edilen ürün ise %7,3'lük bir oran ile “çılıbır/çilibirti” listede yerini almıştır. Katılımcılar listedeki kahvaltılık lezzetlerin Niğde'de bulunan yiyecek içecek işletmelerin menülerinde olması gerektiğini ifade etmiştir.

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

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

Gastronomi turizmi kapsamında işletmelerin menülerine dahil edilmesi gereken içeceklere bakıldığında hardaliye, üzüm suyu, elma suyu, Niğde gazozu ve erik suyu olduğu tespit edilmiştir. %68,3'lük en yüksek oran ile 28 kişi “Niğde gazozu” içeceğini seçerken %51,2'lik bir oran ile 21 kişi “elma suyu”; %44'lük bir oran ile 18 kişi “üzüm suyu”; %24,4'lük bir oran ile 10 kişi “erik suyu” ve %14,6'lık bir oran ile 6 kişi “hardaliye” içeceğini seçmiştir. Konuyla ilgili bazı katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

Tatlı menülerinde kesinlikle, köfter, Çamardı dondurması, Niğde halka tatlısı, patates tatlısı, halveter ve Niğde kıvrım tatlısına yer verilmelidir. Özellikle yakın zamanda yapılan patates tatlısının işletme menülerine

kazandırılması gerekmektedir. Niğde'nin patates kenti olmasından dolayı tanıtımı açısından Niğde mutfağına katkısı olacaktır (A8, B19).

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

Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Gastronomi Turizmine Katkılarına İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında görüşülen kişilere dördüncü soru olarak Niğde mutfağında yer alan yöresel yiyecek ve içeceklerin bölgenin gastronomi turizmi potansiyeline sağlamış olduğu katkılar hakkındaki düşünceleri sorulmuştur. Dördüncü soruya verilen yanıtlar incelenmiş ve katılımcıların konu ile ilgili görüşleri Tablo 5'te belirtilmiştir.

Tablo 5. Katılımcıların yöresel yiyecek ve içeceklerin gastronomi turizmi potansiyeline katkıları hakkındaki görüşleri

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

Tablo 5'te görüldüğü üzere her bir katılımcıya Niğde mutfağında yer alan yöresel yiyecek ve içeceklerin bölgenin gastronomi turizmi potansiyeline katkısı olacağını düşünüyor musunuz? sorusu yöneltilmiştir. Verilen yanıtlar incelendiğinde %7,3'lük oran ile 3 kişi yöresel yiyecek ve içeceklerin bölgenin gastronomi turizmine katkısının az, %92,7'lik oran ile 38 kişi ise katkısının çok olduğunu aktarmıştır. Yöresel yiyecek ve içeceklerin bölgenin gastronomi turizmine katkısının çok olduğunu ifade eden katılımcılar ve katkısının az olduğunu belirten katılımcılar fikirlerini birtakım öneriler ile belirtmişlerdir. Konu ile ilişkili olarak bazı katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

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

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

Niğde'nin yöresel yiyecek ve içeceklerinin gastronomi turizmi potansiyeline katkısı olacaktır. Çünkü Niğde Kapadokya bölgesi içerisinde yer almaktadır. Niğde'nin Nevşehir ve Kayseri gibi illere komşu olması da büyük bir avantajdır. Birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olmasından dolayı yöresel yiyecekleri de bir hayli fazladır. Niğde yemekleri Selçuklu ve Osmanlı dönemi mutfaklarının izlerini taşımaktadır. Bunlar ise gastronomi turizm potansiyeline katkı sağlayacak ve değer katacaktır (B3, B5, B6, A12, A17, A19).

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

Sonuç ve Öneriler

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

Araştırma bulgularına göre Niğde'ye özgü özellikle unutulmaya yüz tutmuş yöresel yemekler aşağıda sıralanmıştır.

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

Bölgede yer alan yiyecek ve içecek ile ilişkili işletmelerin Niğde yöresel yiyecek ve içeceklerine gereken önemi vermediği ve menülerinde bu ürünlere yer vermediği tespit edilmiştir. Bunu nedeni olarak yöresel yemeklerin tercih edilmemesi ileri sürülmektedir. Diğer nedenler ise; tüketicilerin ucuz ve fast food yiyeceklere yönelmesi, yemekleri bilen kalifiye personel eksikliği, yöresel yemeklerin yapım süresinin uzun olması ve işletme konseptinin yöresel yemekleri içermemesidir.

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

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

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

İlginç bulgulardan bir diğeri yiyecek içecek işletmelerine gelen kişilerin Niğde'nin yöresel yemeklerini sormalarıdır. Bu ise Niğde'nin yöresel yiyecek ve içeceklerine ilgi olduğunu göstergesi sayılabilir. Deneklerin kanaatleri, Niğde'nin gastronomi turizm potansiyelinin yüksek olduğu ancak yöresel yiyeceklerin yeterince ön plana çıkarılmadığı ve tanıtımın eksik olduğu yönündedir.

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

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

Çalışma kapsamında belirlenen öneriler şu şekilde sıralanabilir;

- Yöresel ürünler ile ilgili hem yazılı hem de görsel ve özellikle de sosyal medya araçlarından faydalanılmalı, çeşitli festivaller düzenlenerek Niğde mutfağının tanıtım faaliyetleri yapılmalıdır.
- Niğde Darboğaz kiraz şenlikleri gibi her yıl yörede belli dönemlerde gastronomi turizmine katkı sağlamak adına ulusal ve uluslararası gastronomi şenlikleri ve tadım günleri düzenlenip çeşitlendirilebilir.
- Bölgeye özgü yöresel ürünlerin ve yemeklerin tanıtılması için kamu ve özel sektör iş birliği içerisinde faaliyetler yürütülmelidir.
- Niğde ilinde mutfak kültürünü yansıtan bir mutfak müzesi açılabilir.
- Niğde'nin yöresel lezzetlerinin sunulduğu lokanta ve restoranlar açılmalıdır.
- Niğde merkezde tescilli ürün olan Bor söğürme kasap/fırın sokağı kurulmalıdır.
- Bölgede yer alan tüm kurumlar iş birliği içerisinde ilerleyip yılın belli dönemlerinde bir araya gelerek bir sonraki yıl için araştırma ve geliştirme çalışmaları gerçekleştirebilir.
- Yiyecek içecek işletmelerinin mutfağında çalışan aşçılara Niğde yöresel yemekleri hakkında hizmet içi eğitimler verilebilir. Bu sayede yöresel yemeklere daha hâkim ve nitelikli aşçılar yetişebilir.
- Niğde'ye özgü yemeklerin ve yöresel ürünlerin coğrafi işaret belgesinin alınması için çalışmalar yapılmalıdır.
- Niğde'nin Kapadokya bölgesi içerisinde olması, Nevşehir ve Kayseri gibi turistik şehirlere komşu olmasından doğan avantajlı konumunu değerlendirmelidir. Niğde'de bulunan acenteler Niğde mutfağının tanıtımını yaparak gastronomi turizmine yönelik kapsamlı paket turlar düzenleyebilir.
- Niğde'de bulunan eğitim kurumlarıyla beraber yöresel yemeklerin yerli ve yabancı turiste tanıtılması için workshoplarla birlikte uygulamalı eğitimler verilebilir.
- Yöresel yemek yarışmaları düzenlenerek Niğde mutfağının tanıtımı yapılabilir.

- Bölgedeki paydaşlar birbirleriyle iletişim içinde olmalı ve yeni yöresel işletmeler açılmasında yerel kurumların desteği alınmalıdır.
- Gastronomi turizminin canlılık kazanması için destinasyondaki turizm okullarının aşçılık bölümlerinde bölge kültürüne ait yemekler tanıtılmalı ve bölgenin tanıtılmasında bu ürünlerden yararlanılmalıdır.

Yapılan çalışmanın örnekleme Covid19 Pandemi süreci, sokağa çıkma kısıtlamaları, salgın koşullarının sürmesi ve yiyecek içecek işletmelerinin hizmetlerine ara vermeleri gibi nedenlerden dolayı kısıtlı tutulmuş olup yöresel yiyecek ve içeceklerin gastronomi turizmi ile ilişkisi işletmeler açısından incelenmiştir. Elde edilen bulgulardan yola çıkılarak benzer yönde ulusal ve uluslararası ziyaretçiler açısından yöresel yemeklerin bilinirliği ve tanınırlığı ölçülebilir. Ayrıca yöresel mutfak kültürünün ekonomik, sosyal, kültürel, psikolojik ve çevresel boyutlarını ortaya koyabilecek akademik araştırmalarda uygulanabilir. Yöresel yemekler kullanılarak Niğde turizm gastronomi potansiyelinin gün yüzüne çıkarılması, tanıtılması ve geliştirilmesinde araştırmacı ve uygulayıcı paydaşlara bu araştırma kaynak niteliğinde olacaktır.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Bu araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Etik Kurulu 08.04.2021 tarihi ve 6 karar/sayı numarası ile alınmıştır.

KAYNAKÇA

- Albayrak, A. (2013). Farklı milletlerden turistlerin türk mutfağına ilişkin görüşlerinin saptanması üzerine bir çalışma. *Journal of Yasar University*, 30(8), 5049-5063.
- Algün, V. (2016). *Gastronomik Bir Öğe Olarak Üzümün Görsel Sanatlardaki Biçimleri: Sosyo-Kültürel ve Tarihsel Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, Gaziantep.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2007). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*, 5.Baskı, (Sakarya Yayıncılık, Sakarya).
- Ateş Çavuşoğlu, M. (2011). Gastronomi turizmi ve kıbrıs mutfak kültürü üzerine bir araştırma. *I. Uluslararası IV. Ulusal Eğirdir Turizm Sempozyumu*. Isparta, Aralık 1-4.
- Aydemir, D. A. (2018). *Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitimi Alan Üniversite Öğrencilerinin Kariyer Beklentileri. Lisans Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Baş, M. (2017). *Medeniyetlerin Burcunda Bir Şehir: Niğde* (Feyza Matbaacılık, Niğde).
- Baydan, S. (2018). *Gastronomi İmajı ve Sosyal Medyanın Turistlerin Ziyaret Niyetlerine Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Belpınar, A. (2014). *Gastronomi Turizm'ine Yönelik Turist Görüşlerinin Kültürlerarası Karşılaştırılması Kapadokya Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

- Bucak, T., & Aracı, Ü. E. (2013). Türkiye'de gastronomi turizmi üzerine genel bir değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(30), 203-216.
- Cömert, M., & Durlu, Ö. F. (2014). Gastronomi turizminde türk mutfağının önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.
- Çağlı, I. B. (2012). *Türkiye'de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü Gastronomi Turizmi Örneği*, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı Bölge Planlama Programı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Çakır, A., Sezer, B., & Küçükaltan, D. (2014). Trakya mutfağında kültürel unsurlar Kırklareli örneği. *Eko-Gastronomi Dergisi*, 1(1), 49-67.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon rekabetçiliği ve seyahat motivasyonu bakımından gastronomik kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.
- Çelik, M. (2017). *Şanlıurfa'daki Gastronomi Kültürünün, Kenti Ziyaret Eden Yerli Turistlerin Kalış Sürelerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Ankara.
- Deveci, B., Türkmen, S., & Avcıkurt, C. (2013). Kırsal turizm ile gastronomi turizmi ilişkisi bigadiç örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(2), 29-34.
- Dilsiz, B. (2010). *Türkiye'de Gastronomi ve Turizm İstanbul İli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, T.C. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İstanbul.
- Eren, S. (2007). Türk mutfağı ve haccp sistemi mutfak profesyonellerinin haccp bilgilerinin ölçülmesi. *I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu*. Antalya, Nisan 10-11.
- Gökdeniz, A., Erdem, B., Dinç, Y., & Çelik, S. U. (2015). Gastronomi turizmi Ayvalık'ta yerel turistler üzerinde görgül bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 4-9.
- Göynüşen, S. E. (2011). *Edirne'deki Gastronomik Kültürün Kentin Pazarlama ve Markalaşmasına Etkisi*, Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Edirne.
- Güneş, G., Ülker, H., & Karakoç, G. (2008). Sürdürülebilir turizmde yöresel yemek kültürünün önemi. *2.Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirisi*. Alanya, Nisan 17-18.
- Gürsoy, D. (2013) *Tarihin Süzgecinde Yöresel Mutfağımız* (Oğlak Yayınları, İstanbul).
- Hall, M. C., & Sharples, L. (2003). *The Consumption of Experience of Consumption? An Introduction to the Tourism of Taste. Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets* (Butterworth, Heinemann, Oxford).
- İlhan, R. (2018). *Çerkez Mutfağının Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi Restoran Sahipleri ve Müşteri Görüşlerinin Karşılaştırmalı Analizi*. Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Düzce.
- Karacaoğlu, S., Yenipınar, U., Sahilli Birdir, S., & Birdir, K. (2015). Sürdürülebilir turizm aracı olarak gastronomik miras Adana ve Mersin illeri örneği. *IV. Doğu Akdeniz Sempozyumu*. Antakya, Nisan 19-20.

- Kemer, E. (2019). *Niğde Bor Söğürmesi, Bir Yerin Tabaktaki Kimliği*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kemer, E. (2021). The role of agricultural products in establishing gastronomic, *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 4(2), 226-232.
- Kemer, E., & Çelik Gençoğlu, U. H. (2021). Gastronomik ürünlerin bölge halkı tarafından algılanması: Antakya sürk peyniri örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2021, 9 (2), 1271-1285.
- Kesici, M. (2012). Kırsal turizme olan talepte yöresel yiyecek ve içecek kültürünün rolü. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 33-37.
- Okumuş, B., Okumuş, F., & 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), 253–261.
- Önal, N. (2018). *Kastamonu'da Gastronomi Turizmi Kapsamında Yöresel Yemeklerden Turistik Ürün Olarak Yararlanılması*, Yüksek Lisans Tezi, Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Kastamonu.
- Özkaya E., & Gündeğer, M. (2014). Yöresel ürünlerin gastronomi turizminde kullanımı: Ayvacık örneği. *1. Ulusal Meslek Yüksek Okulları Sosyal ve Teknik Bilimler Kongresi*. Zonguldak, Mayıs 22-23.
- Patton, M. Q. (1987). *How to Use Qualitative Methods In Evaluation* (Newbury Park, CA, Sage).
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods* (Thousand Oaks, Calif, Sage Publications).
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 77(3), 321-336.
- Stewart, C. J., & Cash, W. B. (1991). *Interviewing: Principles and Practices* (Dubuque, Iowa: W.C. Brown Co).
- Şengül, S. (2017). Yiyecek içecek işletmelerinin tedarikçi değerlendirmeleri yöresel mutfak ürünlerinin satın alma süreçleri hakkında bir araştırma. *Mehmet Akif Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 218-233.
- Tuna, M., & Özyurt, B. (2018). Ankara'da gastronomi turizminin değerlendirilmesi nitel bir araştırma-Evaluation of gastronomy tourism in Ankara A qualitative research. *The Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 18, 73-87.
- Üzümcü, O. O. (2018). *Gastronomi Kültürü ve Gastronomi Turizmi Açısından Likya Bölgesini Ziyaret Eden Turistler Üzerine Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Yarış, A. (2014). *Mardin'de Gastronomi Turizmi Turist Görüşlerine İlişkin Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Mardin Artuklu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mardin.
- Yavuz, M. (2019). *Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Gastronomi Turizmine Etkileri: Gökçeada Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Gaziantep.
- Yüncü, H. R. (2010). Yerel değerler ve yayla turizmi sürdürülebilir turizm açısından gastronomi turizmi ve Perşembe Yaylası. *10. Aybastı-Kabataş Kurultayı*, Ankara, Mayıs 16-19.

Effects of Local Food and Beverages on Gastronomy Tourism: The Case of Niğde Province**Mevlut OLMEZ**

Niğde Ömer Halisdemir University, Vocational School of Social Sciences, Niğde/Turkey

İbrahim ILHAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Faculty of Tourism, Nevşehir/Turkey

Extensive Summary

The factor that makes countries, regions, and destinations different from others and can provide a competitive advantage is the existence and diversity of gastronomy products. However, the existence and variety of gastronomic products are not enough to make the region a preferred destination for tourists. For gastronomy tourism to develop, all stakeholders in the region and the gastronomy image of the region should be supportive elements in achieving the determined goals. For this reason, among the stakeholders located in the province of Niğde, which is covered within the scope of the research, and who know the domestic market; food and beverage businesses, hotels, and travel agencies play a big role. However, when the literature is scanned, it has been seen that there are very few studies on the determination of local flavors of Niğde and the effects of these flavors on gastronomy tourism. However, the main purpose of the study is to determine the effects of local tastes on gastronomic tourism by evaluating the dishes of the Niğde region with stakeholders in terms of gastronomic tourism. In addition, it is aimed that the research will be a reference for future studies and all stakeholders of gastronomic tourism.

Food, culture, and culinary phenomena bring people closer to each other and have an important place in the advertisements made in this field and the promotion of the country or region. The concept of food has become an activity in people's spare time. It has been effective in the revival of tourism in the country and abroad, as the dishes integrate with the regional culture and attract the attention of tourists (Belpınar, 2014: p.17-18). The public's interest in tourism perception and the needs of tourists are changing rapidly. These changes have increased the demand for diversified tourism products. It has been observed that alternative tourism types (health, culture, sports, faith tourism) are becoming more and more important to meet this demand. Especially recently, the interest in gastronomic tourism in alternative tourism types has drawn attention. The reason for this is that gastronomic tourism is a type of tourism that can be done in every season and is an element of the balance of the geographical distribution of tourism and can be integrated into many types of tourism due to its various and unique entertainment activities (Kesici, 2012: p.34).

Factors such as the availability of local foods and beverages at the destination, or only tasting the food from the raw materials produced in the region and observing the production phase motivate tourists to prefer this place (Gökdeniz et al., 2015: p.4). Local food and beverages have also been defined as a cultural promotion tool that can increase the attractiveness of the destination. It has made significant contributions to the promotion of local cuisine, the transfer of traditional cuisine knowledge to future generations, and the teaching of traditional tastes to future generations. In many destinations of the world, local food and beverages play a very important role in shaping the image of the destination. Gastronomy tourism presents the core culture of the destination to the tourists and allows

the tourists to have a real cultural experience by consuming local products (Okumuş, Okumuş & McKercher, 2007).

One of the factors that will provide a competitive advantage to a destination is local food and beverages. Local markets, food festivals, local cheese producers, olive oil producers, vineyards, beekeeping and mushroom cultivation, etc. elements attract the attention of tourists. The above-mentioned elements are abundant and will provide an advantage for gastronomy tourism (Kesici, 2012: p.36). The authenticity of the food and beverages produced at the destination will affect the willingness of tourists to revisit the destination. Local food and beverages provided by the destination will give people a pleasant atmosphere and excellent service. From a comparative perspective, individuals prefer these destinations over other alternatives. It affects the satisfaction and loyalty of tourists who eat local food. Parallel to the ever-changing tourism trends, people's interest in local values is increasing today. Culinary culture and food concepts are one of these values and are important cultural heritages of society. In this respect, the uniqueness of the value of the local cuisine makes the destinations different in terms of tourism potential (Karacaoğlu et al., 2015: p.43-44).

In this study, the effects of local food and beverages on gastronomic tourism were examined through the example of Niğde province. Gastronomy tourism can be examined in two parts gastronomic tourism supply and gastronomic tourism demand. In this study, the effects of local food and beverages on gastronomic tourism were tried to be determined from the perspective of the stakeholders representing the supply dimension. For this reason, in the research, a semi-structured (pre-prepared questions) interview technique was used with the subjects who are thought to be competent in answering the research questions from food and beverage businesses operating in Niğde Center, hotel managers, travel agencies, Niğde Tourism Association and Niğde Provincial Culture and Tourism Directorate. data were compiled, analyzed, and reported.

According to the research findings, local dishes specific to Niğde, which have been forgotten, are listed below.

- Grape borani/grape
- Mangir soup
- Beetroot soup with milk
- Medium stuffing
- Bossulu
- Quince borani
- Trousers

It has been determined that the food and beverage related businesses in the region do not give the necessary importance to the local food and beverages of Niğde and do not include these products in their menus. It is suggested that the reason for this is that local dishes are not preferred. Other reasons are; consumers tend to eat cheap and fast food, lack of qualified personnel who know the food, the production time of local dishes is long, and the business concept does not include local dishes.

The local dish that is recommended to be brought to the fore in terms of tourism is the registered flavor of Niğde, "Bor Söğürme". It is believed that local food and beverages will contribute to the gastronomic tourism of the region (92.7%), but promotional activities are seen to be lacking (53.6%). Other factors that are found to be

insufficient and considered as problems are: advertisements and campaigns, lack of local restaurants, insufficient incentives of local government and non-governmental organizations, businesses and local people not giving the necessary importance to local food, and insufficient work of the Provincial Directorate of Culture and Tourism and Niğde Governorship.

The recommendations determined within the scope of the study can be listed as follows;

- Both written and visual and especially social media tools related to local products should be used, various festivals should be organized and promotional activities for Niğde cuisine should be carried out.
- National and international gastronomy festivals and tasting days can be organized and diversified to contribute to gastronomy tourism in the region at certain times each year, such as the Niğde Darboğaz cherry festivals.
- Activities should be carried out in cooperation with the public and private sectors to promote the regional products and dishes specific to the region.
- A culinary museum that reflects the culinary culture can be opened in Niğde.
- Restaurants and restaurants serving the local delicacies of Niğde should be opened.
- Bor söğürme butcher/bakery street, which is a registered product, should be established in the center of Niğde.
- All institutions in the region can progress in cooperation and come together at certain times of the year and carry out research and development studies for the next year.
- In-service training can be given to the chefs working in the kitchens of food and beverage businesses about Niğde local dishes. In this way, more qualified and competent cooks can be trained in local dishes.
- Studies should be carried out to obtain the geographical indication certificate for the dishes and local products specific to Niğde.
- The advantageous position of Niğde arising from being within the Cappadocia region and being adjacent to touristic cities such as Nevşehir and Kayseri should be evaluated. Agencies in Niğde can organize comprehensive package tours for gastronomic tourism by promoting Niğde cuisine.
- With the educational institutions in Niğde, practical training can be given together with workshops to introduce local dishes to local and foreign tourists.
- Niğde cuisine can be promoted by organizing local food competitions.
- The stakeholders in the region should be in contact with each other and the support of local institutions should be sought in opening new local businesses.
- For gastronomy tourism to gain vitality, dishes from the regional culture should be introduced in the cookery departments of tourism schools in the destination and these products should be used in promoting the region.

The sample of the study was limited due to the reasons such as the Covid19 Pandemic process, curfew restrictions, the continuation of epidemic conditions and the interruption of the services of food and beverage businesses, and the relationship of local food and beverages with gastronomic tourism was examined in terms of businesses. Based on the findings obtained, the awareness and recognition of local dishes can be measured in terms of national and international visitors in a similar direction. In addition, it can be applied in academic research that

can reveal the economic, social, cultural, psychological, and environmental dimensions of the local cuisine culture. This research will be a resource for researchers and practitioners to unearth, promote and develop the tourism gastronomy potential of Niğde by using local dishes.

Ek-1: Etik Kurul İzni

T.C.
NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ
ETİK KURUL KARARI

Karar Tarihi: 21.04.2021 **Toplantı Sayısı: 06**

Üniversitemiz Turizm Fakültesi Öğr. Gör. Mevlüt ÖLMEZ'in "Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Gastronomi Turizmine Etkileri: Niğde İli Örneği" isimli yüksek lisans tezi hakkında alınan 08.04.2021 tarih ve 2100015723 sayılı yazının görüşülmesi.

2021.06.179. Üniversitemiz Turizm Fakültesi Öğr. Gör. Mevlüt ÖLMEZ'in "Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Gastronomi Turizmine Etkileri: Niğde İli Örneği" isimli yüksek lisans tezi hakkında alınan 08.04.2021 tarih ve 2100015723 sayılı başvuru dosyası görüşüldü.

Yapılan görüşmeler sonucunda, aşağıdaki tabloda isimleri belirtilen araştırmacılar tarafından hazırlanan "*Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Gastronomi Turizmine Etkileri: Niğde İli Örneği*" isimli yüksek lisans tezi dosyası ve ilgili belgeler araştırmanın gerekçe, amaç, yaklaşım ve yöntemleri dikkate alınarak incelenmiş olup, projenin gerçekleştirilmesinde etik sakınca bulunmadığına kurulumuz üyeleri tarafından oy birliği ile karar verilmiştir.

YÜRÜTÜCÜ	ARAŞTIRMACI/UZMAN
Doç. Dr. İbrahim İLHAN	Öğr. Gör. Mevlüt ÖLMEZ

	Prof. Dr. Fatma KARİPCİN Başkan (İmza)	
Prof. Dr. Zülfikar DURMUŞ (Üye) (İmza)		Prof. Dr. Ali MEYDAN (Üye) (İmza)
Prof. Dr. Cesur PEHLEVAN (Üye) (İmza)		Prof. Dr. Şule AYDIN (Üye) (İmza)
Prof. Dr. Hacı Abdullah ŞENGÜL (Üye) (İmza)		Prof. Dr. Hakan Vahit ERKUTLU (Üye) (İmza)
Prof. Dr. Nesimi AKTAŞ (Üye) (İmza)		Prof. Dr. Sevgi ÖZCAN (Üye) (İmza)

2007
ASLI GİBİDİR
Prof. Dr. Fatma KARİPCİN
(Etik Kurul Başkanı)