



T.C.
NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

**GASTRONOMİ TURİZMİ VE KAPADOKYA’NIN GASTRONOMİK
UNSURLARI HAKKINDAKİ TURİST ALGILARININ ARAŞTIRILMASI**

Yüksek Lisans Tezi

Bülent YORGANCI

Danışman

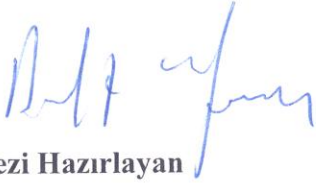
Doç. Dr. Lütfi BUYRUK

Nevşehir

Kasım 2018

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

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
Bülent YORGANCI

“Gastronomi Turizmi ve Kapadokya’nın Gastronomik Unsurları Hakkındaki Turist Algılarının Araştırılması” adlı Yüksek Lisans tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Tez Yazım Kılavuzu’na uygun olarak hazırlanmıştır.

Tezi Hazırlayan

Bülent YORGANCI

Danışman

Doç. Dr. Lütfi BUYRUK

Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Başkanı

Doç. Dr. Duygu EREN

Doç. Dr. Lütfi BUYRUK danışmanlığında Bülent YORGANCI tarafından hazırlanan “Gastronomi Turizmi ve Kapadokya’nın Gastronomik Unsurları Hakkındaki Turist Algılarının Araştırılması” adlı bu çalışma, jürimiz tarafından Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı’nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

23/11/2018

JÜRİ

Danışman: Doç. Dr. Lütfi BUYRUK

Üye: Doç. Dr. Aziz Gökhan ÖZKOÇ

Üye: Dr. Öğretim Üyesi Reha KILIÇHAN

İMZA



ONAY:

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulunun...20/12/2018 tarih ve 2018.50.995 sayılı kararı ile onaylanmıştır.

20/12/2018



Doç. Dr. Vedat AKTEPE
Müdür

**GASTRONOMİ TURİZMİ VE KAPADOKYA’NIN GASTRONOMİK
UNSURLARI HAKKINDAKİ TURİST ALGILARININ**

ARAŞTIRILMASI

Bülent YORGANCI

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Turizm İşletmeciliği, Yüksek Lisans, Kasım 2018

Danışman: Doç. Dr. Lütfi BUYRUK

ÖZET

Gastronomi, dünyanın farklı yerlerinde, ziyaret edilen veya edilmek istenen yerleri bir çekim noktası haline getirmekte, hem yerel halka hem de işletme çalışanlarına katkı sağlamaktadır.

Gastronomi, ziyaretçilerin özel ilgi alanlarından biridir. Ziyaret edilen destinasyonun kültüründen beslenerek oluşur ve yerele özgüdür. Günümüzde ziyaretçiler gittikleri bölgelerin mutfak kültürünü merak etmekte ve hatta bazen bir seyahatin en önemli ve tek faktörünü gastronomi kültürü değerleri oluşturabilmektedir. Bu sebeple gastronomi turizmine gerektiği önemi ve değeri vererek, destinasyonun var olan kültürünü tanıtmaya çalışmak, diğer rakiplerine göre daha güçlü olmasında etkin rol oynayacaktır.

Kapadokya bölgesinin gastronomik unsurlarına göz atıldığında, özellikle Avanos ilçesinde, çanak-çömlek üretiminin çok eski yıllardan beri yapıyor olmasından dolayı, toprak kaplarda pişirilen geleneksel yemekler dikkatleri çekmektedir. Nevşehir tava ve çömlerde kuru fasulye bunlar arasında sayılabilir. Yine, pekmez kullanılarak yapılan tatlılar, hamur işleri de yöreye özgü örneklerdir. Ancak, bunlara ve Kapadokya bölgesinin diğer gastronomik unsurlarına turizm işletmelerinin menülerinde yeterince yer verilmediği görülmekte ve literatüre bakıldığında, gastronomi turizmi ve Kapadokya bölgesine ait gastronomik unsurlar hakkında, doyurucu ve yeterli yazılı kaynağa rastlanılmamaktadır.

Kapadokya bölgesini ziyaret eden turistlere, Kapadokya’nın gastronomik unsurları hakkındaki algıları ile kişisel özellikleri arasındaki farklılıkları belirlemeye yönelik

anket çalışması yapılmıştır. Bölgeyi ziyaret eden turistlere uygulanan, toplam 410 adet anket formu analiz edilmiştir. Analizler sonucunda Kapadokya'yı ziyaret eden turistlerin, Kapadokya gastronomisi hakkındaki algılarının dūřuk seviyede olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Gastronomi Turizmi, Yerel Yiyecek ve İçecekler, Yiyecek Kūltūri, Kapadokya.



**GASTRONOMY TOURISM AND RESEARCHING TOURIST
PERCEPTIONS ABOUT GASTRONOMIC COMPONENTS OF
CAPPADOCIA**

Bülent YORGANCI

**Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Institute of Social Sciences
Tourism Management, M.A., October, 2018**

Supervisor: Associate Prof. Dr. Lütfi BUYRUK

ABSTRACT

The gastronomy science makes it a point of attraction for the places visited or to be visited in different parts of the world, contributing to both local people and the employees.

Gastronomy is one of the special interests of the visitors. It is formed by the culture of the visited destination and is local. Nowadays, visitors are curious about the culinary culture of the regions where they go and sometimes they can create gastronomy culture values which are the most important and only factor of a trip.

For this reason, giving importance and value to gastronomy tourism, trying to promote the existing culture of destination, will play an active role in being stronger than other competitors.

When we look at the gastronomic elements of Cappadocia region, especially in Avanos district, since the pottery production has been done for many years, traditional dishes cooked in clay pots attract attention.

Nevşehir tava, as detailed below, baked beans in the pot are among them. As well, desserts made using molasses, pastries are examples specific to the region. However, these and other gastronomic elements of the Cappadocia region are not sufficiently covered in the menus of tourism enterprises, and in the literature, there are no satisfactory written sources about gastronomic tourism and the gastronomic elements of the Cappadocia region.

A survey was conducted to determine the relationship between the perceptions of Cappadocia and the perceptions of Cappadocia on the gastronomic elements. A total of 410 questionnaires applied to tourists visiting the region were analyzed. As a

result of the analysis, it was determined that the tourists who visited Cappadocia had low perceptions about Cappadocia Gastronomy.

Keywords: Gastronomy, Gastronomy Tourism, Local Food-Drinks, Food Culture, Cappadocia.



TEŞEKKÜR

Araştırma konusu seçiminde, içeriğinin oluşturulması ve tamamlanması aşamaları süresince değerli bilgi ve görüşlerini esirgemeyerek zaman ayıran ve yol gösteren tez danışmanı hocam Sayın Doç. Dr. Lütfi Buyruk'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Yüksek lisansa başlamam konusunda yol gösterici olan ve desteklerini her zaman yanımda hissettiğim çok değerli hocam Sayın Prof. Dr. Muharrem Tuna'ya en içten teşekkürlerimi sunarım. Hazırlık ve çalışma sürecinde yardımlarını esirgemeyen, motivasyonum konusunda yardımcı olan çok değerli arkadaşlarım Dr. Öğr. Üyesi Ercan Kaçmaz'a ve Doç. Dr. Osman Coşkun'a minnet ve teşekkürlerimi sunarım. Yüksek lisans süresinde engin tecrübelerinden yararlandığım bütün değerli hocalarıma hepsine teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca bu süreçte yanımda olan bütün aile fertlerime ve çok sevdiğim arkadaşlarıma ayrı ayrı teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK.....	ii
TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK.....	iii
KABUL VE ONAY SAYFASI.....	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT.....	vii
TEŞEKKÜR.....	ix
İÇİNDEKİLER	x
KISALTMALAR VE SİMGELER LİSTESİ.....	xii
RESİMLER VE ŞEKİLLER LİSTESİ	xiv
TABLolar LİSTESİ	xv
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

GASTRONOMİ TURİZMİ

1.1. Gastronominin Tanımı.....	3
1.2. Gastronomi Kavramının Özellikleri	4
1.3. Gastronominin Tarihçesi.....	5
1.4. Gastronomi Turizminin Önemi.....	7
1.5. Gastronomi Turistinin Profili.....	9
1.6. Gastronomi Turizmi Tecrübesi.....	13
1.7. Gastronomi Turizmindeki Global Trendler.....	14
1.8. Dünyada Gastronomi Turizmi.....	16
1.9. Türkiye’de Gastronomi Turizmi.....	19

İKİNCİ BÖLÜM

KAPADOKYA VE KAPADOKYA'NIN GASTRONOMİK UNSURLARI

2.1. Kapadokya Bölgesi.....	23
2.2. Kapadokya'da Turizm.....	25
2.3. Kapadokya'da Festivaller ve Gastronomik Etkinlikler.....	27
2.4. Kapadokya'nın Gastronomik Unsurları.....	28
2.4.1. Kapadokya Yemekleri.....	30
2.4.2. Kapadokya Tatlıları.....	47
2.4.3. Kapadokya'nın Yerel İçecekleri.....	51

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KAPADOKYA'NIN GASTRONOMİK UNSURLARI HAKKINDAKİ TURİST ALGILARININ ARAŞTIRILMASI

3.1. Araştırmanın Yöntemi.....	55
3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	55
3.3. Araştırmanın Değişkenleri.....	56
3.4. Araştırma Soruları.....	57
3.5. Evren ve Örneklem.....	57
3.6. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlıkları.....	58
3.7. Anketin Uygulanması ve Verilerin Toplanması.....	58
3.8. Verilerin Analizi.....	59
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	66
KAYNAKÇA.....	70
EKLER	77
ÖZ GEÇMİŞ	

KISALTMALAR VE SİMGELER

Aka.: Aktaran

DF: (Degrees of Freedom)Serbestlik Derecesi

Diğ.: Diğerleri

Dk. : Dakika

DINKS: Double Income No Kids (Çift Gelirli ve Çocuksuz)

Edt.: Editör

F: Frekans

fAnova: F değeri (parametre)

g: Gram

H: Hipotez

ICCROM: International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property (Uluslararası Kültürel Değerleri Koruma ve Düzenleme Çalışmaları Merkezi)

Kg: Kilogram

M.Ö.: Milattan Önce

n: Örneklem sayısı

NTSO: Nevşehir Ticaret ve Sanayi Odası

ORT: Ortalama

P: Olasılık Değeri

S.S.: Standart Sapma

S. : Sayfa

SINKS: Single Income No Kids (Tek Gelirli ve Çocuksuz)

SPSS: Statistic Pocket for Social Sciences

T: t testi için hesaplanan t değeri (parametre)

TAMS: Travel Activities & Motivation Survey, Wine & Cuisine Report (Seyahat Aktiviteleri & Motivasyon Anketleri, Şarap ve Yemek Pişirme Raporları)

TL: Türk Lirası

TPE: Türkiye Patent Enstitüsü

TÜRSAB: Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

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

UNWTO: United Nations World Tourism Organization(Birleşmiş Milletler
Dünya Turizm Örgütü)

Vb.: Ve benzeri

Vd.: Ve diğerleri

% : Yüzde



RESİMLER VE ŞEKİLLER LİSTESİ

Resim 1: Düğü Çorbası.....	30
Resim 2: Sütlü Çorba	30
Resim 3: Kesme Çorbası	31
Resim 4: Patates Çorbası	31
Resim 5: Gendi (r) me	35
Resim 6: Dıvıl.....	35
Resim 7: Nevşehir Tava.....	37
Resim 8: Sızgıt	45
Resim 9: Dolaz	48

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: UNESCO Dünya Gastronomi Şehirleri, 2015.....	19
Tablo 2: İllere Göre Gastronomi Müzeleri.....	20
Tablo 3: Nevşehir İli Genelinde Turizm İşletmeli, Belediye Belgeli ve Yatırım Belgeli Konaklama Tesis Sayısı.....	26
Tablo 4: Nevşehir İli Sınırları içerisinde Bulunan Müze ve Ören Yerlerinin Ziyaretçi Sayıları.....	27
Tablo 5: Nevşehir İli Yetiştirilen Ürün Çeşitleri ve Yıllık Üretim Miktarı.....	29
Tablo 6: Araştırmaya Katılan Turistlerin Kişisel Özellikleri.....	60
Tablo 7: Faktör Analizi.....	62
Tablo 8: Araştırmada Kullanılan Ölçeklerle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler.....	62
Tablo 9: Ölçeklere Ait Güvenilirlik Katsayıları.....	63
Tablo 10: Araştırmaya Katılanların Yaşları İle Kapadokya'nın Gastronomik Unsurları Hakkındaki Algılarına İlişkin Farklılığın ANOVA Testi.....	63
Tablo 11: Araştırmaya Katılanların Cinsiyetleri ile Kapadokya'nın Gastronomik Unsurları Hakkındaki Algılarına İlişkin Farklılığın t-Testi Sonuçları.....	64
Tablo 12: Araştırmaya Katılanların Medeni Durumları ile Kapadokya'nın Gastronomik Unsurları Hakkındaki Algılarına İlişkin Farklılığın t-Testi Sonuçları.....	64
Tablo 13: Araştırmaya Katılanların Eğitim Durumları ile Kapadokya'nın Gastronomik Unsurları Hakkındaki Algılarına İlişkin Farklılığın ANOVA Testi Sonuçları.....	65
Tablo 14: Araştırmaya Katılanların Gelir Durumları ile Kapadokya'nın Gastronomik Unsurları Hakkındaki Algılarına İlişkin Farklılığın ANOVA Testi Sonuçları.....	65
Tablo 15: Araştırmaya Katılanların Yerli-Yabancı Olma Durumları ile Kapadokya'nın Gastronomik Unsurları Hakkındaki Algılarına İlişkin Farklılığın t-Testi Sonuçları.....	66

GİRİŞ

Günümüz turistlerinin, birçok turistik alanda beklentileri değişmiştir. Doğal güzellikler, deniz-kum-güneş gibi turizm ürünlerinden farklı olarak; turistlerin farklı beklentilerini karşılayan bir ürün olan gastronomi de destinasyon seçiminde etkin hale gelmiştir.

Turizmde en önemli sektör bütünleyicilerinden biri yeme-içme faaliyeti olarak kabul edilmektedir. Benzeri olmayan yeme-içme şansı veren, yiyecek içecek işletmeleri, müzeler, eğlence alanları ve alışveriş alanları gibi mekânlar ziyaretçileri çekme gücüne sahiptir. Seyahat endüstrisi içinde kendini ortaya koymaya çalışan gastronomi ise turizminin geleceği parlak olan en özel adaylarından biridir. Çünkü, yeme-içme faaliyetleri ziyaretçiler açısından yerel ve farklı destinasyonları tanımanın en iyi yollarından birisidir. Farklı ülkeleri ziyaret eden insanların birçok değişik beklentilerinin içinde, yeni yerler görme ve yeni kültürleri tanıma ile birlikte, farklı lezzetlerle buluşma ve değişik tecrübeler yaşama arzusu da yatmaktadır. Seyahat esnasında turistlerin nerdeyse birçoğu için yemek yeme, en önemli faaliyetlerden biri olarak kabul edilmektedir.

Yapılan birçok araştırmada müze ziyaretleri, gösteriler, alışveriş, müzik ve film festivalleri gibi farklı etkinliklere ilgisi olanlar ile şarap ve mutfak ile ilgilenen turistler arasında bir ilişki olduğu ortaya konulmuştur. Gastronominin bir diğer özelliği ise yılın her zamanında uygulanabilecek bir niteliğe sahip olmasıdır.

Dünya turizminde destinasyon çeşitlendirmesine yönelik çalışmalar, son yıllarda daha da çok hissedilmeye başlanmıştır. Aslında önceleri sadece yerel kültürün yeme-içme alışkanlıkları olarak dikkat çeken bazı unsurlar, şimdilerde farklı konseptler halinde ülkelerin mutfak kültürlerini pazarlamanın en önemli enstrümanlarından biri haline almıştır. Yemeklerdeki sunum ve hazırlanış da dâhil olmak üzere, yerel yeme-içme kültürünün tamamı turizminin bir ögesi olarak görülerek tanıtılması da bu yönde yapılmaktadır.

Gastronomi son yıllarda, hiç şüphesiz, turistlerin özel ilgi alanlarından biri durumuna gelmiştir. Bu nedenle, ziyaret edilen destinasyonun kültüründen beslenerek oluşan ve yerle özgü olan gastronomi turizminin geliştirilmesine odaklanmak, destinasyonların rekabet gücünü arttırıcı bir faktör olmaktadır.

Çalışmanın yazın kısmında gastronomi, gastronominin tarihçesi, özellikleri, önemi gastronomi turistinin profili, global trendler, Dünya ve Türkiye'deki gastronomi ile ilgili kavramsal analizler yapılmış, daha sonra Kapadokya, Kapadokya'da turizm, festivaller ve gastronomik etkinlikler ve Kapadokya'nın yöresel yemekleri ve içecekleri dahil, genel olarak Kapadokya'nın gastronomik unsurları üzerinde durulmuştur. Çalışmanın uygulama bölümünde ise, Kapadokya bölgesini ziyaret eden turistlere anket uygulaması yapılmıştır. Anket uygulaması sonucunda, yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, gelir seviyesi ve milliyeti ile ilgili turistlerin Kapadokya'nın gastronomik unsurları hakkındaki algıları arasındaki farklılıklar analiz edilmiştir. Bu algılar arasında, yaş, medeni durum, öğrenim düzeyi ve milliyeti ile gastronomi deneyimi açısından farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Kapadokya bölgesini ziyaret eden misafirler yöresel mutfaklar konusunda yeterince bilgilendirilmediği ve yerel işletmeler tarafından da çok fazla ön plana çıkarılmadığı gözlenmektedir.

Çalışmanın sonuç kısmında, analizler ve gözlemler doğrultusunda değerlendirmeler yapılmış ve Kapadokya gastronomi turizmi ile ilgili önerilerde bulunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

GASTRONOMİ TURİZMİ

1.1. Gastronominin Tanımı

Gastronomi, çok farklı şekillerde tanımlanmıştır. Yazılı kaynakların çoğunda, gastronominin sözlük anlamı, iyi yemek yeme sanatı ve bilimi olarak geçmektedir. Gastronomi terimini oluşturan Latince “Gastro” kelimesi mide ile ağız arasındaki bütün sindirim sistemiyle ilişkilidir. “Nomos” ise kural veya düzenleme anlamına gelmektedir. Gastronomi, aslında yemek ve içmek ile ilgili bütün kural ve normları ifade eden bir kavramdır (Santich, 2004: 15-24).

Gastronomi yine, farklı uygarlıklar ile onların mutfak kültürü ve kökleriyle ilgilenen bir bilimdir (Kivela ve Crotts, 2006:354-355). Gastronomi, yemeğin hazırlanması, pişirilmesi, sunumunu ve yenilmesinin bir yansıması olarak da tanımlar (Richard, 2002: 17). Gastronomiyi sağlık için uygun, iyi bir şekilde oluşturulan lezzetleri içeren yemek düzenlemesi ve sistematığı şeklinde tanımlayan yazarlarda vardır (Ünlü ve Dönmez, 2008:2). Gastronomi aynı zamanda, “insanın refahını ve gıdasını ilgilendiren tüm konularda kapsamlı bir bilgi içeriğidir” (Baysal ve Küçükaslan, 2007: 6).

200 yıl önce Jacques Berchoux (1801) “gastronomi” kelimesini, bir şiir adı olarak kullanmıştır (Scarpato, 2002: 93). Diğer bir kaynağa göre, M.Ö. 4. yüzyılda Yunanlı Arcestratus, Akdeniz’deki yiyecek ve içecekleri anlattığı ve rehber niteliğinde olan kitaba “Gastronomia” ismini vermiştir (Santich, 2004: 16).

İlk resmi gastronomi çalışmasını Fransız Jean Anthelme Brillat - Savarin (1755-1826) yapmıştır (Uyar ve Zengin, 2015: 355-376). Gastronomi kavramı “İyi Yemek Yeme Sanatı” olarak 1835 yılında, Fransa’da mutfak sözlüğüne dâhil edilmiştir (Shahrim, 2006: 14-15). Charles Monselet’in “bütün şart ve yaşlarda tadılabilen sanat” olarak 19. yüzyıl sonunda gastronomi’yi tanımlamıştır. Bundan iki yıl sonra ise Croze Magnan’ın Gastronomie a Paris (Gastronomi Paris’te) yayını ile literatür daha zengin hale gelmiştir (Larousse, 2005:395). Joel Robuchon tarafından 2005 yılında “Larousse Gastronomique” (Dünyanın En Büyük Mutfak Ansiklopedisi) basılmıştır.

1.2. Gastronomi Kavramının Özellikleri

Gastronomi; kişinin mesleği ne olursa olsun yemeğin hazırlamasında gerçek motivasyon gücü olarak tanımlanmaktadır. Sadece ekonomik yeterlilik ve iyi bir iştah gastronominin gelişimi açısından yetersizdir. Gastronomi; ihtiyaç ve zengin olmanın yanında deneyim, ihtimam ve ince zevklerin sonucunda meydana gelmektedir. En temel ihtiyaç olan yiyecek ile ilgili olmasına karşın “en kaliteli yiyeceklerle” ilgilidir (Bonow ve Rytönen, 2012: 2-10).

Gastronomi, bir sınıflandırma ile üretimin ve tüketimin yansıması, her iki fonksiyon üzerinden değerlendirildiğinde, şu özellikleriyle karşımıza çıkmaktadır (Baysal ve diğerleri, 2007: 7-10):

Üretim Açısından Gastronomi:

- Kaliteli yemek hazırlamak, pişirmek, sunmak ve güzel bir masa kurma bilimi ve sanatıdır.
- Kaliteli yemek yeme-içmeye dair faaliyetler ve bilgi birikimidir.
- Yemek pişirmede aşılığın prensiplerinin uygulamasıdır.

Tüketim Açısından Gastronomi:

- Kaliteli yeme – içmeden hoşlanma,
- Kaliteli yeme –içme konusunda aşırıya kaçmama,
- Kaliteli ve lezzetli yiyecekler bir tutkudur.

Üretim ve Tüketim Açısından Gastronomi:

- Yiyecekleri hazırlanma, pişirme ve servis edilme aralığı,
- Doğru kurallar, uygun araç-gereçler ile yemeğin sunulması sanatı,
- Menüdeki yemek satış fiyatı,
- Kendine özgü bölge ve ülkelerin mutfak kültürü, gelenekleri ve göreneklerini de içeren; kaliteli yemek yeme bilim ve sanatı,
- Tarihsel birikim, kültürel alışkanlıklar, yetenekler, emek ve ihtimamların beğeniye uygun olarak bir araya gelmesidir.

Gastronomi ilgili malzemelerin (yiyecek-içecek) kullanım yöntemlerini anlatan bir ortam sunar. Gastronomi ile değişik kültür ve ülkelerin yiyecek ve içecek yaklaşımları, benzerlikleri ve farklılıklarının oluşturduğu bütünlüğü bir arada görme olanağı sağlanır. Gastronomi kaliteli şarap ve kaliteli yemek yapma çalışmalarını da kapsar. Gastronomi, bir anlamda şarap ve farklı yiyeceklerin kalite algısı ile ilgilenir (Gillespie ve Cousins, 2001: 7).

Bir başka anlatımla gastronomi, ağız tadı ve iştah gibi zevk vermek için deneme ve yanılmanın, tarihsel bilgi ile kültürel alışkanlıkların, yeteneklerin, emeğin, ihtimamın, kazanılan beğenilerin uygun ve uyumlu şekilde, bir araya getirilmesidir (Hatipoğlu, 2010: 6).

1.3. Gastronominin Tarihçesi

Yunanca bir sözcük olan gastronomi, Athenaeus'dan sonra yaklaşık 15 asır boyunca Avrupa sözcükleri arasında yok olmuştur. Ancak sonrasında bir Fransız şairi olan Joseph Berchoux'un bir şiiri 'La Gastronomie' ile yeniden canlandırılmıştır. 19. yüzyıl Fransa'sının entelektüel ortamı bu canlanma için oldukça elverişlidir. Ferguson'un da belirttiği gibi: Yeni bir sosyal pratik gibi, gastronomi sosyal,

ekonomik ve kültürel koşulların oluşturduğu ilişkidir. Bu öğelerin hepsi; yiyecekler, insanlar ve yerler, tutumlar ve fikirler 19. yüzyılın başlarında Paris'te bir araya geldi. (Santich, 2004: 15-24).

1804 yılında, gastronomi gazeteciliğinin kurucusu olan Grimod de la Reyniere, en iyi satan kitabı "Almanachs des Gourmands" ın ilkinin yayınlarak, Parislilere en iyi yemeğin nasıl olduğunu ve nasıl hazırlanması gerektiğini anlattı. Grimod, gastronomik bilimi için, gastronomi kavramını Manuel des Amphitryons (1808) 'da bir çalışma alanı olarak tanıttı ve bir kolejde Gastronomi Kürsüsünü görmesinin kısa bir süre sonra şaşırtıcı olmayacağını belirtti. "Gastronomi" terimi, İngiltere'deki İyi Yaşam (1814) adlı kitabın anonim yazarı, "yemeğe dair önyargı" olarak tercüme etti. İngiltere'de hızla yayılan bu terimin tam anlamıyla etimolojisini yansıtan bir yorum olmuştur. Bununla birlikte, klasik metin olan Physiologie du Gout # (1826) En son İngilizce çevirisinde 'Tadın Fizyolojisi' adlı yeni bir gastronomi konseptini ortaya koymuştur. Bu sözcüğü düzeltilmiş olan Fransız avukat ve yargıç Brillat Savarin'dir. Kitap sadece İngilizce, İspanyolca ve Almanca'ya çevrilmiş (1830-1831) olup, La Gastronomie (1839-1841), Il Gastronomo italiano (1866) ve Le Gastronome gibi bir dizi dergi ve dergiye de ilham kaynağı olmuştur (1872-1873). Aynı zamanda, 19. yüzyılın ikinci yarısında ve 20. yüzyılın başlarında, hem Fransızca hem de İngilizce olarak, sanat ve yemek bilimi üzerine yayınlanan uzun bir kitap dizisinin öncüsüdür. Bu gastronomi literatürü, menüler oluşturma, belirli kurslara eşlik etmek için uygun şarap seçimi, ne zaman ve nasıl hazırlanacağı en iyi yiyecekler ve misafirperverlik hakkında genel rehberlik konularında tavsiyelerde bulunmuştur. (Santich, 2004: 15-24).

Brillat Savarin'in tanımında, gastronomi, "kendimizi sürdürdüğümüz sürece bizi ilgilendiren her şeyin mantıklı anlayışı" idi. Onun görüşüne göre, gastronomi, insanı mümkün olan en iyi beslenmeyle korumayı amaçlayan bir bilim'dir. Bu, gıdaya dönüştürülebilir maddeleri arayan, temin eden veya hazırlayan herkese rehberlik edendir. Bu vurgu, Savarin'in tanımının, Arcestratus'un niyetiyle uyumlu olduğunu göstermektedir (Santich, 2004: 15-24).

1.4. Gastronomi Turizmi ve Önemi

Gastronomi; hangi bileşimlerle, ne yenmesi ve içilmesi ile nerede, ne zaman, ne şekilde olabileceğine dair rehberlik etmektedir. Gastronominin diğer bir tarafı ise yeme içmede zevki arttıran, yeme-içme ile bunların seçimi ile ilgili bilgi ve becerilere sahip olunan “yaşam sanatı” olarak da anlatılabilir. Bu zevkler, değişik bir kültüre katılma deneyimini esas alan kültürel turizmde bir alt kümesi olarak gelişen gastronomi turizmi merkezindedir (Santich, 2004: 15-24).

Gastronomi turizmi öncelikle seyahat motivasyonu, kaliteli bir yemeği tatma veya özel bir yemeğin üretimini ve sunumunu görmek; esas ve yan yiyecek üreticilerine, yemek festivallerine, restoranlara ve özel bölgelere yapılan ziyaretler’ olarak tanımlanmaktadır (Hall ve Mitchell, 2001: 307-329). Gastronomi turizmi, “özel bir yemeğin tadımı veya bir yemeğin üretimi ve sunum sürecini görmek amacıyla, yerel ve kırsal alanları, bu üreticileri, restoranları, yiyecek - içecek festivalleri ile özel alanları ziyaret etmektir” (Yüncü, 2010: 29).

Gastronomi turizminin tanımını yaparken, turistler için önemli bir unsur olan gastronomiyi, tek bir turistik bir çekim aracı olarak ayırmak gerekmektedir. Gastronomi birçok şeyi kapsayan; turizm açısından da bir alt dal olarak görülmektedir (Öney, 2013: 172-174).

Mutfak (içki dâhil) turizmi, bir turizm ürünü olarak son yıllarda çok fazla ilgi çekmektedir (Hjalage ve Corigliano, 2000). Long (2003), mutfak turizmini ‘yiyeceklerin tüketilmesi, üretilmesi ve sunulmasını içeren ancak bunlarla sınırlı olmayan yiyecek amaçlı seyahatler’ olarak tanımlarken, Wolf (2006)’a göre mutfak turizmi ‘seyahat edilen yerdeki yiyecekleri ve içecekleri keşfetme, haz alma ve bu bağlamda hatırlamaya değer yeni yaşantılar oluşturma amacıyla yapılan turizm faaliyetleridir.

Turizm pazarlama stratejilerindeki değişimden dolayı, dünya turizm pazarlamasında, ülkesel yaklaşım önemini kaybettiğinden, bölgesel yaklaşımlar üzerine daha çok yoğunlaşmaktadır. Bu doğrultuda yapılan bir araştırmada, Hatay ili örnek

seçilmiştir. Araştırmada, şehir pazarlaması konusu kapsamında ön plana çıkan turistik şehir pazarlama çabaları, yöresel bir uygulama ile açıklanmaya çalışılmıştır. Aynı zamanda şehirlerin turizm açısından pazarlanmasında markalaşmanın önemli bir etken olduğunu vurgulanmıştır. Gastronominin yöresel boyutta meydana geldiği düşünüldüğünde bölgelerin pazarlanmasında ve markalaşmasında gastronomi faaliyetleri etkili bir rol oynamaktadır (Tosun ve Bilim, 2004: 269-288).

‘Uluslararası Mutfak Turizm Derneği’ gastronomi turizmi özelliklerini şöyle değerlendirmektedir (Kivela ve Crotts, 2006: 360);

- Turistler seyahatlerinde yemeklerini dışarıda yemektir. Bu yöresel yiyecekleri ve diğer insanları tanımak için güzel bir fırsat olarak kabul edilmektedir.
- Diğer turizm çeşitlerini aksine, gastronomi turizmi; günün her saati ile yıl boyunca her türlü ilkim koşullarında yapılabilir.
- Gastronomi sanatı insanın beş duyu organına (görme, ses, koku, tat ve dokunma) hitap eden bir sanattır.
- Şarap ve yerel mutfak ile ilgilenen turistler ve müze, alışveriş, müzik, film, festival gibi kültür etkinlikleri ile ilgilenen turistler arasında yüksek ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.
- Mutfakla olan bağ, bir yaş, herhangi bir cinsiyet veya belirli bir etnik gruba aitlik yoktur.
- Gastronomi turistleri çoğunlukla kâşiflerdir.
- Gastronomi turizmi, deneyimsel olduğundan her yeni turist etkileşim yoluyla veya yaşayarak tecrübe etme talebini karşılayabilmektedir.

Yıllardır yapılan araştırmalarda, turizmin bedensel ihtiyaçların tatmini ötesinde sembolik bir tüketim olgusu olduğu kabul edilmiştir. Vücut (body) yiyeceği ve ruh (soul) yiyeceği olarak iki kategoriye ayrılmaktadır. Vücut (body) yiyeceği standart bir hızla mideyi besleme ihtiyacını karşılayan yiyeceklerdir. Ruhun (soul) yiyeceğinin ise başka bir çekiciliği vardır. Çünkü ruhun yiyeceği, daha yavaş hazırlanan, bazen özel istekleri, bazen de egzotik ve farklı beklentileri karşılayan yiyeceklerdir. Ruhun (soul) yiyeceğini sunan restoranlar yeni malzemeler, yemek

tarifleri ve yiyeceğin özelliklerini geliştirmekle kalmayıp aynı zamanda kendi atmosferlerini de geliştirmektedirler (Hjalager ve Richards, 2002: 21-22).

Gastronomi turizminin önemini vurgulamak adına, International Culinary Tourism Association (2012) (bu günkü adı ile World Food Travel Association) tarafından yapılan değerlendirmeler, gastronominin ve gastronomi turizminin destinasyonlar ve işletmeler açısından önemini özetler durumdadır;

- Turistlerin tamamına yakını seyahatleri sırasında dışarıda yemek yemek ve her yemekte, yerel yiyecekleri ve insanları tanıma fırsatı bulmaktadır.
- Yemek, her zaman en sevilen üç turistik aktiviteden biri olmuştur.
- Mutfak (culinary) ya da gastronomi sanatı ve şarap tatma, beş duyuya da - görme, duyma, işitme, tatma ve dokunma- hitap eden, etkileyen tek sanat dalıdır.
- Şarap ve yemekle ilgilenen turistler ile müze, gösteri, alışveriş, müzik ve film festivalleri, kültürel faaliyetlerle ilgilenen turistler birbiriyle oldukça bağımtılıdır.
- Mutfakla, yiyecek içeceklerle ilgilenmek belli bir yaşa, cinsiyete, etnik gruba özgü bir durum değildir.
- Diğer tatil aktivitelerinin aksine gastronomi, yılın her anı, her gün ve her mevsimde gerçekleştirilmeye uygundur.

Turizm işletmeleri ve turistik destinasyonlar tarafından, bu gibi genel özelliklerin dikkate alınması halinde, gastronomi turizmi yönelimi açısından başarılarla olumlu katkılarda bulunulacağı öngörülmektedir.

1.5. Gastronomi Turistin Profil

Geleneksel zevkler, gastronominin toplumdaki yerinin ve gastronomi kültürünün gelişiminde önemli bir yer tutmaktadır. Bu kültürün yayılmasına en çok katkı, iyi derece gelir seviyesi olanlar ve yüksek eğitim seviyesine ulaşmış gruplar tarafından olmuştur. Sosyal bir aktivite olarak nadir yiyecekleri keşfetmek için değişik ülkelere seyahat eden gruplar, “gastro turist” kavramını ortaya çıkarmışlardır (Hatipoğlu, 2010: 4).

Gastro turist, yalnızca açlığını doymak için değil, bununla birlikte farklılık yaşamak için yemek kültürü ile değişiklik yaratabilecek deneyimler yaşayan turistler olarak tanımlanmaktadır (Long, 2003: 21).

Gastro turist olarak isimlendirilen kişiler, turist tanımından hareketle, sadece yemek amacıyla, buldukları ülkeden başka bir ülkeye gidebileceği kadar boş zamana, yeterli miktarda maddi imkâna ve isteğe sahip kişiler olarak adlandırılır. Genel bakış açısı ile toplumda çağdaş gastronominin durumu kişiden kişiye göre farklılık arz etmektedir. Bu insanlar ne geleneksel yemekler, ne elit kesim yemekleri, ne de bir ülkenin özel bir yemeğiyle ilgilenirler. Toplumda gastronomi ile yakından ilgilenen her bir fert, bu üç kesim ile ilişkilendirilen yemeklerin hepsi ile uygun yer, zaman ve mekânda ilgilenmektedir (Hatipoğlu, 2010: 6).

Uluslararası Mutfak Turizmi Derneği Başkanı E. Wolf: “Siz hiç, bir ya da daha fazla saat, sadece yeni açılan bir lokantayı denemek için araba kullandınız mı? İş seyahati nedeniyle gittiğiniz bir ülkede, bir bakkalın rafları arasında kendinizi kaybettiniz mi? Tatil programınızı yaparken yemek festivallerini, mevsimlik meyveleri veya sebzeleri hesaba kattınız mı? Eğer öyleyse, siz büyük olasılıkla gastro turistsiniz” demektedir (Wolf, 2006:1).

Yiyeceklerin tüketiciler için sahip olduğu birçok rolleri vardır. Yiyecekler hayatın devamlılığı için işlevsel, kutlamalar ve sosyalleşme için bir araç; eğlenceli, duygusal ve yeni kültürlerin, ülkelerin yaşanması için önemli bir yoldur. Turizm sektöründe, restoranlar, festival organizatörleri, oteller, gıda üreticileri ve aşçılık okulları gastro turistlerin satın almayı sağlayan kararlarını anlayarak, bu bilgileri yöresel ürünleri satmak için tüketicileri ikna etmede kullanmalıdırlar (Mitchell ve Hall, 2003: 60 - 61).

Yeme - içme eylemleri, kişinin arzu ve duygularını tatmin eden, kişisel ve katılım ile oluşan deneyimlerdir. Duyu organları tarafından algılanması ile yeme-içme deneyimi, tatil süresince tecrübe edinilen diğer deneyimlerden daha uzun süreli ve daha fazla hatırlanabilmektedir. Kanada Turizm Komisyonunca 2001 yılında, Nisan ayında TAMS (Travel Activities & Motivation Survey, Wine & Cuisine Report)

olarak yayınlanan raporda, gastro turist profili en önemli raporlardan biri olmaktadır. Bu raporda, genç, yetişkin bekârlar gibi genç; yetişkin çiftlerinde destinasyonların gastronomi kültürü ile zenginleşen tatil etkinliklerine ilgi gösterdiği görülmektedir. Bu ve benzer aktivitelere gösterilen talep, eğitim ve gelir seviyesiyle beraber artmaktadır (Lang Research, 2001).

Gastronomi turisti için birçok tanımlama mevcuttur. Araştırmalar gastronomi turistlerini çeşitli karakteristik özelliklere dayalı sınıflandırmaya tabi tutmuştur. ‘Gastronomi Turizmi Deneyimi’ turistlerin diyetlerine saygıyla birlikte tutum ve tercihlerini tahmin eden bir model olarak kullanılmaktadır. Bu modelde turistler 4 farklı kategoriye ayrılmıştır (Kargiglioğlu, 2015: 24).

- Rekreatif

İnsanların boş zamanlarında, yaşadıkları standart çevre ve yerlerden, yaşam akışlarını ve biçimlerini bir süreliğine değiştirerek, düşledikleri fırsatları değerlendirerek, özgür hareket etmelerinin yanında, yenilenmelerine de olanak sağlamak için kendi rızaları ile katıldıkları etkinliklerin tamamı olarak değerlendirilebilir (Orel, 2003: 11).

- Varoluşsal

Turizm sektörünün her geçen gün yeni bir boyut kazanmasıyla birlikte, kabul görmüş tatil anlayışı olan ‘deniz- kum- güneş’ tatili ile birlikte farklı talepler ile yeni arzlar oluşturulmakta ve bu alternatiflerle turizmde yeni tatil anlayışları ortaya çıkarmak suretiyle, sektör günden güne artan farklılıklar kazanmaktadır. Son yıllarda tatile çıkan turistlerin yüksek eğitim seviyelerinin olmasından dolayı, tatil beklentilerinde de farklılaşma olmuştur. Bu ise, turizmde değişik talepleri olan ziyaretçilerin beklentilerini karşılayabilecek turizm çeşitlerinin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır (Uyar, 2015: 355-376).

- Çeşitsel

Mevcut turistik ürüne karşı rakip olabilecek, kendi başına çekim gücüne sahip ve kendine talep yaratabilecek turistik ürünlere yeni turistik ürün denir. Bu anlamda turistik ürün çeşidi, kendi başına bir turistik çekim unsuru yaratmakta, tek başına

turist çekmektedir. Başka bir deyişle, turistik tüketici özellikle bir turistik ürün çeşidinin çekimiyle seyahat kararı almaktadır. Bu durumda, gastronomi turizmi de bir turistik ürün çeşididir. Turistik tüketici, seyahati boyunca tek bir turistik ürün çeşidini talep edebileceği gibi farklı çeşitlerin birleşimini, ayrıca destekleyici turistik ürünleri de seyahatine katmayı tercih edebilir (Akgöz, 2014: 6).

- Deneysel

Son yıllarda yemek kültürü içerisinde popüler bir yere sahip olan ‘füzyon mutfak-fusion cuisine’ basit bir yaklaşımla “dünya mutfaklarının farklı yemek anlayışları birleştirilerek, yeni mutfak deneyimleri, yeni yemek çeşitleri, yeni tatlar” ortaya çıkarılması ile oluşmaktadır. Türk mutfağında kebab deneysel açıdan yeniden anlamlandırılarak, bu yemeğin bir uzak doğu sebzesi veya Fransız mutfağındaki bir sos ile sunulması ve bu şekilde farklı yemekler üreterek “sentez mutfak kültürü” oluşturmak olarak ifade edilebilir (Zengin, 2015: 355-376).

Kanada’da yetkililer gastronomi turistini, “Kanada Seyahat Aktiviteleri ve Motivasyon Faktörleri” çalışmasına dayanarak üç temel alt başlığa ayırmıştır. Bunlar yemek turistleri, şarap turistleri, yemek ve şarap turistleridir. Gastronomi turistleri daha sonra iki alt başlığa ayrıldı; yenilikçi gastronomi turisti ve sosyal değerleri ölçü alan yenilikçi olmayan gastronomi turisti. Gastronomi turizmini tanımlamak kadar gastronomi turistini gastronomi turizmi aktivitelerine katılan turistten ayırabilmek de önemlidir. Gastronomi turisti, özellikle gastronomi turizmi aktivitelerine katılma amacı güder. Ancak ikincisi ise, gastronomi turizmi aktivitelerine seyahati esnasında katılan, temel motivasyon faktörü gastronomi turizmi olmayan turistir. Bazı bilim insanları, gastronomi turistinin, gastronomi turizmi aktivitelerine katılmayı temel motivasyon faktörü olarak benimseyen kimse olarak tanımlamaktadır. Bunun dışında kalanların ise, aktivitelere katılmaları temel amaç değil, sadece seyahat esnasında elde edilen tecrübelerden ibaret olmaktadır. Şunu da unutmamak gerekir ki, bazı tanımlamalarda gastronomi iki alt segment olan, şarap turizmine ve agro turizme ilgi duyanları kapsamaktadır. Örneğin bu tanımlamalar, temel motivasyon aracı şarapları tatmak ve tüketmek olan turistlerin, yerel veya bölgesel yemek üretimine veya tüketimine ilgili olan turistlerden ayrı tutulmasını savunmaktadır (Kargiglioğlu, 2015: 24 - 25).

1.6. Gastronomi Turizmi Tecrübesi

Turistlerin büyük çoğunluğunun, yerel ürünleriyle ün salmış destinasyonları ziyaret etmek istemeyi tercih ettikleri kanıtlanmıştır. Bunun ilk örneği, Akdeniz mutfağıdır (Yunanistan, İtalya, İspanya ve Fas ki UNESCO'nun kültürel değerler miras listesinde de yer almaktadır). Bu ülkeler genellikle gastronomik değerleri sayesinde turist çekerler. Yemek çeşitliliği, yoğunluğu ve enderliği ile ünlü destinasyonlar, piyasada yer edinme ve markalaşmanın pozitif sonucu olarak, turiste gastronomik tatmin sunma potansiyeline sahip olduğu izlenimini uyandırmak adına güçlü bir etkiye sahiptir. Belli bir destinasyonda konaklama sırasında, turistler yerel yemekleri tadarak o yerin kültürü ve tarihiyle kaynaşma şansına sahip olabilirler. Tatmin olma seviyesi, denenen yemeğin çeşitliliği ve çeşitli yemek festivallerine, aktivitelerine ve şovlarına katılmayla artmaktadır. Bu zamanlarda bir destinasyon, yani bölge, şehir, restoran ya da şarap üretim tesisi, ziyaretçilerine sunulan yemeklerle tatmin etmeli, onlarla ilgilenmelidir. Önceden beklediklerini elde eden turistler tavsiye verme konusunda muazzam bir piyasa gücüne sahiptirler. Turistlerce yapılan değerlendirmeler, yemeğin çekiciliğinin, ürünlerin ve hizmetin kalitesinin yanı sıra atmosferin de içinde bulunduğu birçok faktörü kapsamaktadır (Hall ve Sharples, 2003: 1-24).

Destinasyonun çekiciliğinin birçok unsura bağlı olduğundan bahsetmekte fayda vardır. Bu çok boyutluluk, her zaman kaliteyi arttırmaya çalışılmasının önemli olduğunun temel sebebidir. Gastronomi turistin tecrübesinin son aşaması, ürünlerin etkinliğinin ve destinasyon hizmetinin değerlendirilmesinde kritik bir göstergedir. Ancak bu her zaman yerine getirilecek kolay bir görev değildir. Çünkü birçok kültür farklı bakış açılarına sahiptir. Farklı ülkelere turistler tatminkârlık konusunda farklı algılara sahiptirler ve bu bağlamda karşılaştıkları gastronomi seviyesini değerlendirirler. Yine de, belli bir destinasyonu ziyaretten önce, turistin beklentileri ne kadar yüksek olursa olsun, ürünlerin kalitesi ve hizmet en üst seviyede tutulmalıdır. Bu yüzden, bir destinasyonun imajını yaratırken pazarlama yönetiminde ve sunulan ürünleri tanıtmada dikkatli olunmalıdır. Çok abartılı olursa, muhtemelen turistleri yanlış yönlendiren promosyon kanalı olarak düşünülürler ve şikâyet etmekten çekinmeyecek, daha da kötüsü internette o destinasyon için negatif

yorumlarda bulunacaklardır ki bu da o destinasyonun kısa sürede önemli kayba uğramasına yol açacaktır. Tatmin olmuş müşteri de aynı şekilde yorumlarını sosyal paylaşım platformlarında yazmaktan çekinmez, çoğunluğu tatillerinin olumlu etkilerini paylaşmaktan hoşlanırlar. Başarı, gastronomi sayesinde destinasyonun tekrar eden satın alma davranışına yol açan, tekrar ziyaret eden memnun müşterilere dayanmaktadır (Hall ve Sharples, 2003: 1-24).

1.7. Gastronomi Turizmindeki Global Trendler

İspanya’da yıllık olarak yayınlanan küresel yemek raporunda, yemek turizmindeki küresel trendler ele alınmaktadır. Yemek turizminin hızlı gelişimini etkileyen birçok faktör söz konusudur. Bu faktörlerin arasında, gelişen piyasa, gastronomi turistlerinin tanımı, destinasyonun tanıtımı ve promosyonu, turizm sektörü ile yerel gastronomiler arasındaki işbirliğini ve gastronomi turizminin ekonomik etkilerini ilgilendiren faktörlerden özellikle bahsedilmiştir. Günümüzde insanlar küreselleşmenin etkisiyle dünyanın farklı bölgelerinden ürünler satın almakta, uzun menzillerden gönderilmesi gereken ürünleri internet üzerinden sipariş edebilmekte ve dünyanın her tarafına yayılmış doğu restoranlarında düzenli olarak yemek yiyebilmektedirler. Diğer taraftan gitgide artan sayıda insan, yerel kaynaklara üstün bir beğeni göstermekte geleneksel tariflere, üretim şekline ilgi duymaktadır. Dünya giderek küreselleşiyor, fakat turistler yerel kimlik ve kültüre bağlı değerleri arıyor. Gastronomi turizmini ilgilendiren birçok trend vardır. Bunlar seyahat etme kavramına olan turist yaklaşımının şekil değiştirmesinin sonucudur. Sağlıklı bir yaşam tarzına, otantik arayışa, kaliteli ürün talebine, ev yapımı ve dayanıklı metotlara ve bunun yanı sıra yüksek kalite deneyimlere sahip olma ihtiyacı gastronomi turizmindeki trendlerin hepsinin kapsamıdır (Küresel Yemek Raporu, 2012: 6 – 15).

Gastronomik faaliyetlere ilişkin artan eğilim, nüfus ve hane halkı değişimi ile bağlantılıdır. Geçtiğimiz 20. yüzyılın son 10 yılında meydana gelen nüfus ve hane halkının gelirlerindeki değişikliklerden sonra yemek turizmi fırsatları, giderek çoğalmıştır. Gitgide artan sayıda insan dışarıda yemek yemeyi seçmektedir. Bunun temel sebepleri arasında gastronomi turizmi için gelişen bir piyasa oluşturan grupların ortaya çıkması yatmaktadır. Barselona Saha Araştırma Merkezine göre,

'DINKS' olarak kısaltılan "Double income No kids" olarak adlandırılan beş temel grup vardır. Bu insanlar genel olarak 25-35 yaş aralığında, çocuksuz ve lüks yaşam tarzlarına sahiptirler. Bir sonraki grup 'SINKS' olarak kısaltılan "Single income no kids" olarak adlandırılan 25-35 yaş aralığında çocuksuz ve yüksek harcama standartlarına sahip insanlardır. "Empty Nesters" ise; çoktan büyümüş ve evden ayrılmış çocuklara sahip ebeveynlere denir. Genel olarak bu insanlar 45-55 yaş aralığında, yüksek tahsilli, sabit gelire sahip insanlardır. Sonraki grubun adı "BOOMERS", 1950'lerin doğum patlamasıyla oluşan grubun üyeleridir. Son grup ise "Divorces", boşanan ve yeni partnerler arayışında olan insanlardır. Sık sık seyahat etmeye meraklı ve yeni partnerlerle akşam yemeklerine çıkma eğilimine sahiptirler (Cooper ve Erfurt, 2002).

Diğer bir trend ise, dünya çapındaki nüfusların, tüketicilerin harcamalarına derin etkide bulunan ve büyüyen refah seviyelerine dayanmaktadır. Tüketicilerin, bitmek bilmeyen arzularını karşılayan ürünleri satın aldığı ve sadece işlevsel ise ürünü tercih ettiklerinin farkına varılmıştır. Dahası, tüketiciler hazır yemeğe, dışarıda yemeye, gurme ürünlere ve onlara sağlık veya etnik anlamda yarar sağlayan ürünlere daha fazla para harcamaktadırlar. Bu amaçlar uğruna gelirlerinden eskiye göre daha fazla bütçe ayırmaya heveslidirler. Sıradaki trend çoklu kültüre dayanmaktadır ve küreselleşmeye etken olduğu söylenmektedir. Bu noktada, uluslararası turizme katkı sağladığı için çoklu kültürün pozitif bir bakış açısıyla analiz edilir. Bu analiz, göç, televizyon kanallarındaki artış ve internet ile örneklendirebilir. Egzotik yiyecekler bulmak artık bir problem değil. Çoklu kültürleşme giderek şu ifadeyle anılıyor: "Küresel düşün, yerel davran". Sürdürülebilir gastronomi trendi birçok ülkede sıcak karşılanıyor ve tahminlere göre turistlerin karar mekanizmasında önemli bir faktör olmaya başlıyor. Önemli kaynaklarla ilgilenen gastronomi, malzeme, ekosistem üretimine odaklanmakta, istihdam sağlamakta, çevre ile ilgilenmektedir. Gastronomi, turizm sektörünün gelişmesini etkileyen önemli bir faktör haline gelmektedir. Sürdürülebilirlik, kaynakların gelecek kuşaklar için, günümüzdeki azalmanın aksine muhafaza edilip, korunması anlamına gelmektedir (www.hospitalitynet.org, 2012; Cooper ve Erfurt, 2002).

1.8. Dünyada Gastronomi Turizmi

Günümüzde, eşsiz gastronomileri ile gittikçe artan sayıda destinasyonlar, turistler tarafından aranılır, tercih edilir olmuştur. Bu destinasyonlar “foodie” (yemekleri ile ön plana çıkan destinasyonlar) ve/veya şarap tatil merkezleri olarak bilinmektedir. Fransa’da Lyon ve Tuscany’deki aşçılık eğitimli tatiller; Melbourne’daki restoranlar ve şarap mahzenleri, Munich’in Oktoberfest’i, Bordeaux’un şarap tatma turları ve niceleri gibi seyahatler, bu kapsamda değerlendirilmektedir. Bu destinasyonlar için gastronomi, başlıca turist çekim unsurunu oluşturmaktadır; Epicure ve Gourmet gibi dergilerde olduğu gibi, yaşam ve seyahat konularını inceleyen medyada da gastronomi, övgülerle sunulmaktadır (Şahin, 2016: 72).

Eğlence tatil sürecinin esas öğelerinden birini oluşturur; yemek ve şarap da bu sürecin zevk verici ve hatırlanılabilir bölümleri arasındadır. Bu doğrultuda, turizm destinasyonlarında gastronomi ve mutfak, belirleyici ve yön verici bir rol oynamaya başlamıştır. Farklı seyahat acenteleri tarafından düzenli bir şekilde Asya, İtalya ve Fransa’ya; Tuscany ve Provence’e aşçılık ve şarap tatma dersleri içeren gastronomi odaklı seyahatler düzenlenmektedir. Avustralya’daki Melbourne ve Sydney çoğu kez şarap ve yemek restoranları içeren merkezler olarak tanıtılmaktadır (Kivela ve Chu, 2001: 251-271).

Fransa’daki şarap bölgeleri, Avustralya’da Barossa Vadisi ve Kaliforniya’da Napa ve Sonoma Vadisi başlıca şarap turizm destinasyonları olmuştur. Turistler için destinasyonun restoranlarının ambiyansı ve mutfağı ve/veya üzüm bağları, tatildeyken yaşamaları gereken zevk verici anılarının kaynağını oluşturur. Marka ülkeler sıralaması olarak, her yıl çeşitli kategorilerde, belirli kriterler doğrultusunda ziyaretçilerin görüş/değerlendirmeleri alınarak oluşturulan ve yiyecek-içecek kategorisinde öne çıkan ülkeler sıralamasının verildiği tabloyu incelediğimizde; İtalya, Fransa ve Japonya’nın listenin en üst sıralarında yer aldığını görmekteyiz. Ağırlıklı olarak, Avrupa ve Uzakdoğu ülkelerinin oluşturduğu gastronomi alanındaki bu gözde ülkelere yıllar itibarı ile yenilerinin eklenerek; gastronomi turizminin de, turizmin ana karakteristiklerinden biri olan gelişmiş ülke odaklı, ağırlıklı bir sürece evirildiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Gastronomi, dünya genelinde çok farklı

coğrafyalarda, farklı kùltürlere sahip ÷lkeler için ekonomik kalkınma, kùltürel yaygınlaştırma ve sosyal yapının en önemli dinamiklerinden biri olarak kabul görmektedir. Gastro-politika adını verebileceğimiz uygulamalar ile devlet destekli bir yapıya bürünerek, öncelikle iç turizm, daha sonra da dış turizm pazarlarında turistlerin beğenisine sunulmaktadır (The Wine Paper 31, 2014).

Bu doğrultuda uygulanan gastronomi turizm politikalarının en iyi örneklerinden biri, belki de en iyisi, Tayland mutfağının uluslararasılaşması sürecidir. Ranta (2015), CNN'in yapmış olduğu bir araştırmaya atfen, dünya genelinde en popüler mutfağın/yemeklerin, Tayland mutfağına ait olduğuna vurgu yapmıştır. 2002 yılında, dönemin Tayland Başbakanı tarafından başlatılan, Tayland Mutfak Kùltürü'nün dünya'ya yaygınlaştırılması projesi kapsamında, Tayland restoranlarının sayısı 2000'lerden 15000'lere yükselmiştir. Sadece Londra'da 500'den fazla Tayland restoranı bulunduğunu belirtmiştir. Bu başarının ardında sadece yemekler değil, restoranların fiziksel yapıları, donatıları, ambiyansı (dekor, ışık, koku, müzik gibi), çalışanların kıyafetleri, pişirme-servis-sunumda kullanılan araç gereç ve yöntemlerin de geleneksel kùltürden taviz verilmeden uygulanması zorunluluğunun bulunduğuna vurgu yapmıştır. Bu sayede, yerel bir mutfak olan Tayland mutfağı, gastronomi turizmi uygulamaları ile uluslararasılaşmış ve ülkesinin bir dönem turizmdeki kötü imajını yıkarak; en önemli tanıtım, gelir ve ihraç kalemine dönüşmüştür (Ranta, 2015).

Bazı çalışmalarda, gastronomi turizminde globalleşmenin (uluslararasılaşmanın), yerel mutfak ürünlerinin arzına ve yiyecek-içecek tüketimine olan etkisi vurgulanmıştır. Gastronomiye yönelik artan ilgi ve talep doğrultusunda, yerel mutfak ürünlerinin, uluslararası pazarlara açılması ile bu ürünlerin değişime uğramaları, bazı turistler tarafından ilgi/istek görmelerinin yanında, bazıları tarafından da çekince/korku ile karşılanabilmektedir. Olumlu etkilerinin yanında (gelir, kùltürel tanınma vb.), olumsuz etkilerle de karşılaşabileceği (bir dönemin modasını oluşturma, aşinalık, ilginin azalması, etnik ve siyasi nedenler vb.) konuları da dile getirilmektedir (Mak, Lumbers ve Eves, 2012: 171-196).

Dünya gastronomi turizmi pazarında güncel konulardan biri de, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) tarafından belirlenen kriterleri sağlayan şehirler, yaratıcı şehirler ağı (*creative cities network*) kapsamında yer alan gastronomi şehirlerinden (*cities of gastronomy*) biri olarak kabul edilebilmektir. Gastronomi şehri unvanı almak için aşağıda öngörülen şartların (kriterlerin), aday şehirler tarafından sağlanması gerekmektedir (Unesco, 2014);

- Bölgenin ve/veya şehrin, iyi gelişmiş gastronomi karakteristiğinin olması,
- Geleneksel pişirme yöntemlerinde, kendine özgü malzemelerin (araç-gereç-tarz) kullanılıyor olması,
- Yeterli sayıda geleneksel şefler ve restoranlar barındıran canlı bir gastronomi topluluğunun olması,
- Geleneksel yiyecek pazarları ve yiyecek endüstrisinin varlığı,
- Çevreye saygılı ve yerel ürünlerin sürdürülebilirliğini destekleyen uygulamaların varlığı,
- Endüstriyel ve teknolojik gelişmelerin etkisinden kurtarılmış, yerelde yaşatılan, geleneksel mutfak uygulamaları ve pişirme metotlarının varlığı,
- Geniş hedef kitlelere hitap edecek, yerel-geleneksel gastronomik festivaller, ödüller, yarışmalar gibi etkinliklerin, araçların varlığı,
- Halkın bilinçlendirilmesi amacıyla, eğitim kurumlarında beslenme konusunda bilgilendirmelerin yapılması ve bio-çeşitliliği koruma programlarının, aşçılık okulları müfredatlarında olması.

Türkiye'den Antakya (2011), Şanlıurfa (2014) ve Gaziantep (2014) şehirleri de dünya gastronomi şehri olabilmek için UNESCO'ya müracaat etmişlerdir. Gaziantep'in başvurusu Aralık 2015'te, Antakya ise 2017'de kabul edilmiş ve UNESCO'nun Dünya Gastronomi şehirleri olmuştur. Diğer şehirlerimizin de, bu konuda talep edilen kriterleri ve başvuru formlarında yer alan bilgileri gereğince özümseyip, hızlı ve etkili bir şekilde yerine getirmeleri halinde, elde edecekleri unvan ile hem yerelde hem de ulusal ve uluslararası ölçekte turizm gelişmelerine katkıda bulunacağına inanılmaktadır (İnce, 2017).

UNESCO tarafından, 2005 yılından günümüze kadar olan süreçte, “dünya gastronomi şehri” olmak için birçok ülkeden/şehirden yapılan başvurulardan sadece 17 tanesi uygun görülmüş ve dünya gastronomi şehri olarak ilan edilen Tablo 1’de gösterilmiştir (İnce, 2017).

Tablo 1. UNESCO Dünya Gastronomi Şehirleri

S.No	Ülke	Şehir	Üye Olduğu Yıl
1	Kolombiya	Popayan	2005
2	İsveç	Östersund	2010
3	Çin	Chengdu	2010
4	G.Kore	Jeonju	2012
5	Lübnan	Zahle	2013
6	Çin	Shunde	2014
7	Japonya	Tsuruoka	2014
8	Brezilya	Florianopolis	2014
9	Brezilya	Belem	2015
10	Norveç	Bergen	2015
11	İspanya	Burgos	2015
12	İspanya	Denia	2015
13	Türkiye	Gaziantep	2015
14	İtalya	Parma	2015
15	Tayland	Phuket	2015
16	İran	Rasht	2015
17	ABD	Tucson	2015
26	Türkiye	Hatay (Antakya)	2017

Kaynak: UNESCO, 2017

1.9. Türkiye’de Gastronomi Turizmi

Türkiye İstatistik Kurumu (TUIK) tarafından yayınlanan ve yabancı ziyaretçilerin 2002 ve 2015 yıllarına ilişkin verileri incelediğimizde; genel olarak kişisel harcamalarının payının azaldığını, turistlerin yeme-içme harcamalarının ise hem oransal hem de rakamsal olarak arttığını, sınıflandırılan kişisel harcama kalemleri

içerisinde en önemli harcama kalemini oluşturduğu görülmektedir. Buna rağmen, 2009 yılı ve sonrasında itibaren yabancı ziyaretçilerin kişisel harcamaları içerisindeki yeme-içme harcamaları payının, oransal olarak azaldığı (% 30,7'den, % 24,9'e), gerilediği, aynı dönemde yerli yiyecek içecek harcamaları payının arttığı (% 28,8'den, % 30,9'a) yükseldiği olarak görülmektedir (TUİK, 2016).

Türkiye'de gastronomi odaklı düzenlenen turların sayısındaki artışın yanında, gastronomi amaçlı seyahatlere ev sahipliği yapan destinasyonların da arttığını, çeşitlendiğini ve ziyaretçi sayılarının ve ziyaret sıklıklarının da arttığını TÜRSAB'ın gastronomiye ilişkin raporunda ve de seyahat acentelerinin çalışmalarında görmekteyiz. Son yıllarda artan ve de zenginleşen gastronomi müzelerinin (Tablo 2) varlığının yanı sıra, Türkiye Patent Enstitüsü (TPE) tarafından verilen Coğrafi işaretlerin de iç turizm pazarında gastronomiye ilginin artan bir sonucu olarak değerlendirilebilir (TÜRSAB, 2015).

Tablo 2. İllere Göre Gastronomi Müzeleri

İli	Gastronomi Müzesi Adı	Açılış Yılı
Tekirdağ	Mürefte Feyzi Kutman Şarap Müzesi (Kutman Şarapları)	1896
Çanakkale	Adatepe Zeytinyağı Müzesi / Küçükkuyu	2001
Balıkesir	Edremit Evren Ertür Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi "Fabrika – Müzesi"	2005
Gaziantep	Gaziantep Emine Söğüş Mutfak Müzesi	2008
İzmir	Oleatrium Zeytin Ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi	2011
Şanlıurfa	Geleneksel Mutfak Müzesi (Tarihi Hacıbanlar Evi)	2011
Hatay-Antakya	Mutfak Müzesi	2017

Kaynak: Çağlı, I.B., 2012

Ayrıca, Kars-Boğatepe Köyü, Zavot Eko Müzesi (Peynir Müzesi), 2010 yılında ziyarete açılmıştır. Bu tür müzelerin varlığı, gastronomi turizmi açısından oldukça önemli olup, önemli bir çekim ögesi ve kültürel mirasın görücüye çıkarıldığı mekânlardır. Gelecekte, bu kapsamdaki müzelerin hem sayısal olarak artmasının yanında, niteliksel olarak da daha iyi planlanıp, sunulacağı öngörülmektedir.

Son yıllarda gastronomi turizmi alanında, ülkemizde ve de uluslararası ölçekte öne çıkarılmaya çalışılan önemli konulardan biri de coğrafi işaretlerdir.

Coğrafi işaret; kendine özgün bir nitelik, tanınmışlık ve farklı özellikleri ile kökenin bulunduğu yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşen bir ürününü belirten işaretlere denir.

Bu işaretler ikiye ayrılmıştır, “menşe” ve “mahreç” işareti olarak adlandırılmıştır.

TPE’ ye göre bir ürün için (Türkiye Patent ve Marka Kurumu, 2016);

- a) Coğrafi sınırı belirlenmiş yöre, alan, bölge veya özel durumlardan dolayı ülkeden kaynaklanması,
- b) Coğrafi sınırlarda tüm, ana nitelik veya özellikleri ile bu yöre, alan veya bölgeye özgü doğal veya beşeri unsurlar dolayısıyla kaynaklanması,
- c) "Menşe adı" üretimi, ürünün işlenmesi ve diğer işlemleri tamamıyla bu yöre, alan veya bölge sınırlarının içinde yapılmasını belirtir.

Yine bir ürün için (Coşkun, 2001);

- a) Coğrafi sınırları ile belirlenen yöre, alan veya bölgeden kaynaklanması gerekir,
- b) Özgün bir niteliği, tanınmışlığı veya farklı özellikleri ile bu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş olması gerekir,
- c) "Mahreç işareti" üretimi, işlenmesi ve farklı işlemlerinden en az biri ile belirlenmiş yöre, alan veya bölgenin sınırları dâhilinde yapılması, göstergesini belirtir.

Ülkemizde tescilli 187 coğrafi işaret olup, bunların 128 tanesi gastronomik coğrafi işaretlerdir. Söz konusu gastronomik coğrafi işaretlere ilişkin verileri incelediğimizde; 3 tanesinin yabancı menşeli, 7 tanesinin alkollü içecek, 118 tanesinin de bölgelerimize/illerimize göre dağıldığını görmekteyiz. 118 gastronomik coğrafi işaretin; 22 tanesinin Ege, 19 tanesinin İç Anadolu, 18 tanesinin Karadeniz, 17 tanesinin Güney Doğu, 16 tanesinin Marmara ve 11 tanesinin de Doğu Anadolu Bölgesine aittir (Türkiye Patent ve Marka Kurumu, 2016).

Ayrıca, coğrafi işaret tescili için 218 başvuru yapıldığı, bunların 188 tanesinin de yine gastronomik coğrafi işaret olması da son dönemde artan ilginin bir göstergesidir. Tescilli gastronomik ürünü olan ya da tescil başvurusu bulunmayan il

sayımızın 16 olması, bu alandaki çalışmaların henüz ülke geneline aynı ilgiyle yayılmadığını ortaya koyan diğer bir gösterge olarak karşımıza çıkmaktadır. En fazla tescilli gastronomik ürünü olan iller olarak da; Erzurum (6), Mersin (6), Kayseri (6) ve Manisa (6) olup; gastronomik ürünlerini tescil başvurusu yapan iller arasında ise Şanlıurfa (26) ve Ordu (25) öne çıkmaktadır (TÜRSAB, 2015).

UNESCO'nun İnsanlığın Somut Olmayan (Soyut) Kültürel Mirası Listesi'nde ülkemiz Geleneksel Tören Keşkeği (2011), Mesir Macunu (2012) ve Türk Kahvesi ve Geleneği (2013) ile yer alabilmiştir.(UNESCO, Türkiye Milli Komisyonu, 2015). Uluslararası alandaki bu gelişmelerin yeterli olmadığını söylemek, özgün ve zengin gastronomi kültürümüz dikkate alındığında mümkündür (UNESCO, 2017).

Türkiye'de gastronomi turizmi açısından değerlendirilebilecek, dünya genelinde de üzerinde önemle durulan konulardan biri de yöresel gastronomi etkinlikleri ve festivalleridir. Bu konudaki genel durumumuza ilişkin olarak 81 İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerinin web sayfalarının edinilen bilgiler şöyledir. 51 İl'in web sayfalarında, gastronomi odaklı etkinliklere yer verdikleri (bunların da birçoğu ilk bakışta göze çarpmayan, erişimi zor ve alt menülerde), 30 İl'in web sayfalarında bu konuda hiçbir bilginin olmadığını işaret etmektedir. 51 İl'in toplamda 204 adet gastronomi temalı etkinliği sayfalarına taşıması da, beklentilerin altında bir çalışmanın yansımasıdır. Çünkü bazı illerde düzenlenen ancak İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerince web sayfalarına yansıtılmayan etkinliklerin olduğu görülmüştür (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014).

TÜRSAB (2015), ulusal düzeyde gastronomi turizminin geliştirilmesi için;

- Zenginliklerle dolu bir mutfacı olan Türkiye'nin gastronomi haritasının çıkarılması,
- Uzakdoğu ile başlayan gastronomi turlarının, farklı ülkelere de yaygınlaştırılması,
- İllerin yöresel lezzetlerinin ortaya çıkarılması,
- Gastronomi ile ilgili yükseköğretim kurumlarının artırılması,
- Nasıl ki İtalya, turizmini tanıtırken birçok kültürel mirasının yanında makarnayı ve pizzayı ön plana çıkarıyorsa, Fransa denilince ilk akla şarap geliyorsa; Türkiye'de de kendine özgü tatların tanıtım çalışmaları gerektiği, önerilerinde bulunmuştur.

İKİNCİ BÖLÜM

KAPADOKYA VE KAPADOKYA'NIN GASTRONOMİK UNSURLARI

2.1. Kapadokya Bölgesi

Augustus (Roma İmparatoru) zamanı yazarlarından olan Strabon, 17 ciltlik 'Geographika' adlı kitabında Kapadokya bölgesini, güneyinde Toros Dağları, batısında Aksaray, doğusunda Malatya ve kuzeyinde Doğu Karadeniz kıyılarını kapsayan geniş bir alan olarak ifade eder. Günümüzde ise Nevşehir, Aksaray, Niğde, Kayseri ve Kırşehir illerinin kapsadığı alana Kapadokya Bölgesi denir. En dar kapsamda ise Uçhisar, Göreme, Avanos, Ürgüp, Derinkuyu, Kaymaklı, Ihlara ve olan kayalıkları içeren çevredir (Gülyaz, 2012: 13).

Nevşehir, 38° 12' ve 39° 20' kuzey enlemi ve 34° 11' ve 35° 06' doğu boylamlarında yer alır. Orta Kızılırmak Havzası'na giren Nevşehir ili, yer aldığı konumu ile Türkiye'nin tam ortasındadır. Yüzölçümü 5.486 km² ve il merkezi rakımı 1.150 metredir. Önceden aktif olan Erciyes, Melendiz ve Hasan dağı yanardağlarının küllerinin birikmesi ve lavların soğumasıyla birlikte oluşmuş geniş bir düzlük üzerinde yer alır. Egemen olan madde kalkerdir. Nevşehir- Ürgüp arasında küçük bir alanda andezit tüfleri görülmektedir. Erciyes dağına yakın alanlarda, çeşitli çakmaktaşılarıyla, silisli tabakalar artmaktadır (Nevşehir İl Yıllığı, 1998).

Çatalhöyük Neolitik (M.Ö. 5000-4000) dönemle birlikte Kapadokya tarihi başlar. Kapadokya'nın ilk bilinen halkları, Luvi'ler ve Hattiler'dir. Katpatuta 'Güzel at yetiştirilen ülke-güzel atlar ülkesi' anlamını Asurlular'ın verdiği bölge, Persler

döneminde Kapadokya adını almıştır. Hitit İmparatorluğu yükselme döneminde (1750'lerde) Kral Şubbiluliyuma bu bölgeyi almış ve Hititler'in "Aşağı Memleket sınırları içerisinde kalarak, yaklaşık 500 yıl Hitit egemenliği hâkim olmuştur. M.Ö. 1200'de Hitit Krallığı'nın bir kolu olan Tabal Krallığı canlanarak bölgeyi ele geçirmiştir. Tabal Krallığı 24 beylikten oluşan bir konfederasyondur. En iyi örnekler Hacıbektaş - Karaburna, Topada (Acıgöl), Gülşehir-Sivasa (Gökçetoprak) da bulunan hiyeroglif kaya yazıtlarıdır. At yetiştiriciliği konusunda Tabal Krallığı ünlenmiştir. Hititler'in çöküşü ile Tabal Ülkesi adını alan Kapadokya bölgesi siyasal yapısı Ege'den (Frigyalılar ve Lidyalılar), Kafkaslar'dan (Kimmerler, İskitler ve Gasgarlar) ve Doğu'dan gelen (Persler, Medler) akınlarının etkisiyle sarsılmış ve bu akınlar sonucunda Tabal Krallığı hâkimiyeti sona ermiştir. Kapadokya, Tabal Krallığının yıkılmasıyla, Frigyalılar'ın ataları sayılan Muşkiler'in hâkimiyeti altına girmiştir (Nevşehir Belediyesi, 2018).

Nevşehir ile ilgili bir başka gelişme ise Milli Mücadele döneminde, Mustafa Kemal'in 22 Aralık 1919 yılında Hacı Bektaş'a gelmesi ve Hacı Bektaş-i Veli Tekkesi Çelebisi olan Cemalettin Efendi ve tekke şeyhi olan Salih Niyazi Baba ile görüşmesidir. Her iki Bektaşî lideri, Mustafa Kemal ile aynı fikirde olduklarını bildirip ve Milli Mücadele için Mustafa Kemal'in yanında alacaklarını bildirmişlerdir. Mustafa Kemal' in Sivas Kongresi sonrası elde ettiği önemli başarılarından biridir. Görüşme sonrası Anadolu'nun her yanındaki Bektaşî Tekkeleri birer Kuvay-i Milliye karargâhı olarak işlev görmüştür. Nevşehir Osmanlıların son dönemine kadar Niğde Sancağı'na bağlı bir kazadır. 1924'te Cumhuriyet ilanı sonrası Niğde yeni idari yapılanmada il olurken Nevşehir de ilçelerinden biri olmuştur. 20 Temmuz 1954 tarihinde 6429 sayılı yasa ile Nevşehir il olmuştur. Kırşehir ve Kırşehir' e bağlı Mucur, Avanos, Hacıbektaş (1945'te ilçe oldu), Kayseri' ye bağlı Ürgüp (1935'te ilçe oldu), Niğde' ye bağlı Arapsun '1948'de Gülşehir' adını aldı. Nevşehir' in ilçeleri haline getirildi. Kozaklı ve Hamam orta köyleri Avanos'a bağlı birer köy iken birleştirilerek 1954'te Kozaklı adıyla ilçe olarak Nevşehir'e bağlandı. Kırşehir 1957'de tekrar il yapıldı. Mucur ilçesi ile beraber Nevşehir'den ayrıldı. Daha önceleri Melagobia ismi ile anılan bir bucak merkezi olan Derinkuyu 1 Nisan 1960'ta ilçe durumuna getirildi. Acıgöl kasabası ise 4 Temmuz 1987'de ilçe olmuştur (Nevşehir Ticaret ve Sanayi Odası, 2018).

2.2. Kapadokya’da Turizm

Doğal ve kendine özgü yapısı ile Kapadokya hem Türkiye’nin hem de Dünya’nın en önemli ziyaret edilen kültür turizmi destinasyonlarından biridir. Kapadokya bölgesi, bulunduğu coğrafik konumdan dolayı bölgede hâkimiyet kuran birçok uygarlığın bıraktığı zengin bir tarih, kültür varlıkları ile volkanik dağların oluşturduğu eşsiz tabiat harikası güzelliklere sahip bir bileşimdir (Nevşehir Belediyesi, 2018).

Kültür ve Turizm Bakanlığının 2023 Stratejileri dâhilinde Nevşehir ili “Marka Kültür Turizm Kenti” ilan edilmiştir. 1952 yılında, Göreme Açık Hava Müzesi, daha sonra Zelve Açık Hava Müzesi (Ören yeri), Kaymaklı ve Derinkuyu ilçelerinde bulunan yeraltı şehirleri gerekli onarım ve temizlik çalışmaları ardından ziyarete açılmıştır. Ziyaretçilerin artması ile bölgede bulunan ve günümüze kadar ayakta kalabilmiş tarihi eserlerin korunması, bakımı ve restorasyonu gündeme getirilmiştir. Bölgede bulunan birçok kaya kilisesinin onarımı Kültür Bakanlığı ve ICCROM (Uluslararası Kültürel Değerleri Koruma ve Düzenleme Çalışmaları Merkezi) 1976 yılında, Tokalı Kilisenin restorasyonu ile başlamıştır. UNESCO tarafından, 1985 yılında Kapadokya, Dünya Kültür Mirasına dâhil edilmiş ve bu bölgenin korunmasına ilişkin faaliyetler başlayarak hız kazanmıştır. İl sınırları içerisinde, 178 arkeolojik sit alanı, 16 kentsel sit alanı, 35 doğal sit alanı, 9 karma sit alanı olmak üzere 238 sit alanı ve 1614 kültür varlığı bulunmaktadır. 1873 adet taşınmaz kültür varlığı kayıt altına alınmıştır. Nevşehir’de sınırlarında bulunan 8 adet müzede; 7891 arkeolojik eser, 6765 etnografik eser, 188 mühür ve mühür baskısı, 14 arşiv vesikası, 2 tablet, 17780 sikke, 128 el yazması, 268 diğer tarihi eser olmak üzere toplam 33.036 tarihi eser bulunmaktadır. Kapadokya Bölgesi kültür ve inanç turizmi açısından en çok talep edilen yerler arasındadır. Bu bölgede farklı dönemlere ait kaya oyma ve taş yapımı kiliseler bulunmaktadır. Göreme Vadisi (Keşişler Vadisi), Zelve Vadisi (Açık Hava Müzesi), Gomeda Vadisi ve Açık Saray Vadisi (Gülşehir), kilise ve manastırlar açısından zengin olan vadilerdir. Hacıbektaş ilçesindeki Hacıbektaş Veli Türbesi de her yıl düzenlenen etkinliklerle yine ziyaretçilerin uğrak yeri olan önemli turizm merkezlerindedir.

Bölgenin doğal yapısı itibariyle il genelinde; atlı doğa turizmi, trekking (doğa yürüyüşü), termal turizm, balon turizmi ve kongre turizmi yapılmaktadır (Nevşehir Belediyesi, 2018).

Tablo 3. Nevşehir İli Genelinde Turizm İşletmeli, Belediye Belgeli ve Yatırım Belgeli Konaklama Tesis Sayısı

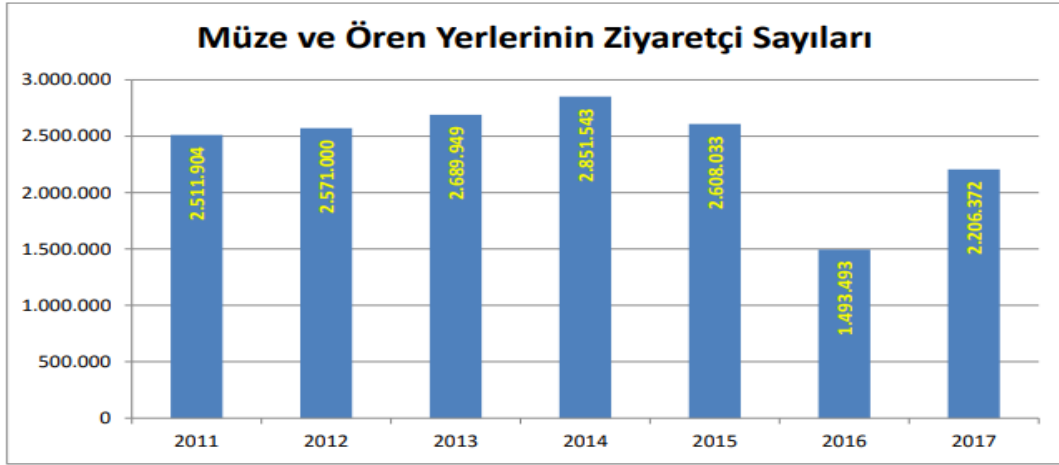
Yıllar	Bakanlık Turizm İşletme Belgeli Oteller	Belediye Belgeli Oteller	Bakanlık Turizm Yatırım Belgeli	Toplam
2008	39	184	13	236
2009	41	204	13	258
2010	43	207	12	262
2011	46	227	10	283
2012	49	238	11	298
2013	55	242	20	317
2014	59	222	21	302
2015	66	317	26	409
2016	89	351	19	459
2017	90	350	15	455

Kaynak: Nevşehir Valiliği, 2018

Nevşehir İl Sınırları İçerisindeki Turistik Tesisler;

İl genelinde 4 adet 5 yıldızlı, 13 adet 4 yıldızlı, 2 adet 3 yıldızlı, 1 adet 2 yıldızlı otel, 33 adet özel konaklama tesisi, 31 adet pansiyon, 1 adet çiftlik evi 1 adet butik otel ve 4 adet termal otel mevcuttur. Bakanlık turizm işletme belgeli 90 adet, 350 adet belediye belgeli ve 15 adet Bakanlık turizm yatırım belgeli konaklama tesisi bulunmaktadır. Bakanlıktan belgeli tesislerde 12.203 yatak, belediye belgeli tesislerde 16.300 yatak olmak üzere toplam 28.503 yatak bulunmaktadır (Nevşehir Belediyesi, 2018).

Tablo 4. Nevşehir İli Sınırları içerisinde Bulunan Müze ve Ören Yerlerinin Ziyaretçi Sayıları



Kaynak: Nevşehir Valiliği, 2018

2.3. Kapadokya’ da Festivaller ve Gastronomik Etkinlikler

Kapadokya’da gerçekleştirilen önemli etkinlikler şu şekildedir (Resmi tatiller, 2018);

- Cappadox Festivali: Kapadokya /14-17 Haziran

Kapadokya’da her yıl düzenlenen Cappadox, müzik, çağdaş sanat, gastronomi ve açık hava etkinlikleriyle Cappadox, katılımcılarına özgün bir festival deneyimi sunmaktadır.

- Kozaklı Termal Kaplıcaları Festivali: Nevşehir / Kozaklı 19 Temmuz

Kozaklı belediyesi tarafından “Suyun Şifaya Dönüştüğü Yer Kozaklı” olarak Kozaklı’da Kaplıca Festivali düzenlenmektedir.

- Kültür Şenlikleri ve Kaymak Festivali: Kaymaklı / 14 Ağustos

Her yıl düzenlenmekte olan “Turizm, Kültür Şenlikleri ve Kaymak Festival” festivalde kaymak yarışması, halk oyunları ve sürpriz gösteriler yer almaktadır.

- Hacıbektaş Veli’yi Anma Törenleri Kültür ve Sanat Festivali: Hacıbektaş, 16-18 Ağustos.

- Uluslararası Avanos Turizm El Sanatları Festivali: Avanos/31 Ağustos

Uluslararası Avanos Turizm ve El Sanatları Festivali, El sanatlarıyla olduğu kadar halkıcılıkta da çok önemli bir merkez olan Avanos’a gidip festivalde bu sanatların nasıl gerçekleştiği görmek hatta bu sanatları alanındaki büyük sanatçılarla birlikte deneyimlemek mümkün olmaktadır. Ünlü yazarlarla yapılan söyleşiler sayesinde renklenen Uluslararası Avanos Turizm ve El Sanatları Festivali kesinlikle kaçırılmaması gereken etkinlikler arasında gösterilmektedir.

- Nevşehir Ürgüp Bağ Bozumu Şenlikleri: Ürgüp /13-14 Eylül

Uluslararası Ürgüp Bağ Bozumu Festivali'nde bu lezzetli ve özel üzümü, pekmezleri tatma fırsatını yakalayabilirsiniz. Yerel dans gösterileri ve konserlerle şenlenen festivalde artık gelenekselleşen gözü kapalı asılı üzüm yeme yarışmaları gibi eğlenceli etkinlikler de yer almaktadır.

- Kapadokya Geleneksel Yemek Festivali: Göreme, Eylül-Ekim ayı içerisinde sezon ve hava durumuna göre gün belirlenmektedir.

Ayrıca Kapadokya' da gerçekleştirilen sportif etkinlikler aşağıda belirtilmiştir (Skyscanner, 2018);

- Erciyes Ultra Sky Trail (16-17 Temmuz 2016)
- Runfire Cappadocia (23-31 Temmuz 2016)
- Raid light Aladağlar (Demir Kazık) Sky Trail (13 Ağustos 2016)
- Erciyes Bisiklet Festivali (03-04 Eylül 2016)
- Salcano Kapadokya Bisiklet Festivali (07-11 Eylül 2016)
- Kapadokya Ultra Trail (22-23 Ekim 2016)

2.4. Kapadokya'nın Gastronomik Unsurları

İç Anadolu'da yer alan Kapadokya'ya özgü yemekler, bölgenin gelenek ve doğal yapısından etkilenmiştir. Bu açıdan yerel tat olarak coğrafik konum önemli bir etken olmuştur. Bu bölgede tarım ürünleri çeşitliliğinin çok olmaması sebebiyle bakliyat ile yapılan yemekleri ön plana çıkmıştır. Kapadokya mutfağının öne çıkan yemekleri sıralandığında, tahıl çeşitleri ve bakliyat ürünlerinin etle karıştırılarak oluşturulduğu lezzetlerin önemli bir yer tuttuğu görülmektedir. Yapım aşaması zahmetli olmasının yanı sıra pişme süresi de uzun olan testi kebabı ve çömlekte kuru fasulye, Kapadokya'nın en önemli lezzetleri arasında yer alır. Ayrıca bu bölgede geçmişten günümüze gelmiş olan şarap üreticiliği de vardır. Kayadan oyma yeraltı mahzenlerinde hazırlanan ve muhafaza edilen şaraplar, ekonomik olarak da yerel halka fayda sağlamaktadır. Nevşehir'in ilçeleri olan Avanos ve Ürgüp şarap yapımında önemli yer teşkil eder. Kapadokya bölgesi yemek pişirme araç gereçlerinde, yemek çeşitlerinde, pişirme yöntemlerinde, sofrta düzenlerinde, kendine

özgü bir mutfak olarak görülebilir. Doğal iklimi ve coğrafyası olarak İç Anadolu bölgesi yeme-içme kültüründe doğal olarak buğday, ince ve kalın bulgur çok fazla kullanılan tarım ürünleridir. Koyun eti, yoğurt, patates ve sebze çeşitleri, özellikle patlıcan ve taze fasulye, yemek çeşitliliği açısından önemli bir yer teşkil eder. Tandırda kuzu (kuzu tandır), bulgur pilavı, etli ve nohutlu yahni, börekler, sıkma mantı, un helvası, sütlü tatlılar en çok bilinen lezzetler arasında yer alır. Bölgede en fazla tahıl üretimi gerçekleştirilir. Bunun yanı sıra çerezlik kabak, üzüm, patates ve şekerpancarı üretimi de yapılmaktadır. Türkiye’de yetiştirilen kabak çekirdeğinin % 34,53’ü, şarap yapımında kullanılan üzümün % 11,10’u, kurutulmuş üzümün % 7,08’ive patatesin % 5,20’i Nevşehir il sınırları içerisinde üretilmektedir (Nevşehir İlimiz Rehberi, 2018).

Tablo 5. Nevşehir ili Yetiştirilen Ürün Çeşitleri ve Yıllık Üretim Miktarı

Ürün Adı	NEVŞEHİR 2017 Yıl Sonu Üretim (ton)	TÜRKİYE 2017 Yıl Sonu Üretim (ton)	NEVŞEHİR ÜRETİMİNİN TÜRKİYE ÜRETİMİNDEKİ %
Buğday	228.491	21.500.000	1,06
Arpa	135.759	7.100.000	1,91
Çavdar	30.080	320.000	9,40
Şeker Pancarı	390.342	20.828.316	1,87
Patates	249.626	4.800.000	5,20
Mısır (Silajlık)	70.096	20.139.033	0,35
Fiğ (Toplam)	7.016	4.609.029	0,15
Yonca (Yeşil ot)	93.548	15.714.318	0,60
Kabak(Çerezlik)	14.270	41.326	34,53
Domates	55.049	12.750.000	0,43
Ceviz	696	210.000	0,33
Kayısı	4.344	985.000	0,44
Elma	10.375	3.032.164	0,34
Kurutmalık Üzüm	28.006	395.732	7,08
Sofralık Üzüm	33.142	1.380.120	2,40
Şaraplık Üzüm	52.458	472.534	11,10
Toplam Üzüm Üretimi (Çekirdekli)	113.606	2.248.386	5,05
Bağ Alanın (da)	181.598	3.285.576	5,53
Nohut	5.538	470.000	1,18
Kuru Fasulye	24.001	239.000	10,04
Yeşil Mercimek	138	30.000	0,46
Ayçiçeği	381	1.964.385	0,02

Kaynak: Nevşehir Valiliği, 2018

2.4.1. Kapadokya Yemekleri

Kapadokya bölgesi, kökleri tarihin derinliklerine kadar uzanan zengin bir mutfak kültürüne sahiptir. Sadece tarihsel açıdan değil, aynı zamanda yöresel lezzetler açısından da doğal konumu son derece önemli olmuştur. Tarım ürünlerin de çeşit açısından fazla olmaması sofralara yansımış ve bakliyatlar ile hazırlanan yemekler ön plana çıkmayı başarmıştır.

Düğü Çorbası

İnce doğranmış 1 adet doğranmış baş soğan yağda pembeleştirilir, kıyma ve salça ilave edilerek biraz daha kavrulduktan sonra 6 su bardağı su ilave edilir. Kaynayınca 1 çorba kaşığı düğü dökülür, tuz atılır, 10 dakika pişirildikten sonra tüketilir (Narin, 2001: 16).



Resim 1. Düğü Çorbası

Kaynak: Lezzetler, 2018.

Sütlü Çorba

Kaynatılarak hazırlanan bulgura süt ilave edilmesiyle hazırlanır. Oldukça sık tüketimi olan Kapadokya yemeği veya çorbası olarak da bilinen bir yöresel yemektir.



Resim 2. Sütlü Çorba

Kaynak: Yemek Tarifleri, 2018.

Kesme Çorbası

Sonbahar da kışlık katık olarak, kadınların bir araya gelmesiyle imece usulü ile çokça miktarda yapılır. Güneşte kurutularak saklama sağlanır, mercimek pişirmedeki en önemli ögesidir. Yerel halk dilinde 'kaşıқта sallanan' da denir.



Resim 3. Kesme Çorbası

Kaynak: Yemek, 2018.

Patates Çorbası

Kaynar su içerisinde patatesler haşlanır. Kabukları soyulur ve rendelenir. Salça, su, tuz bir tencerede kaynatılır. Kaynayan karışımdan rende patatese bir kepçe koyarak ılıştırılır, ardından çorbaya eklenir. Kaynayınca kadar karıştırılır. Tereyağında nane ve kırmızı toz biber yakılır, çorbanın üzerine dökülür.



Resim 4. Patates Çorbası

Kaynak: Tarifler defteri, 2018.

Börek Çorbası

1/3 su bardağı Nohut yıkanır ve bir gün önceden ıslatılır. Şişen nohutlar yıkanır ve süzülür, 2 su bardağı su eklenerek düdüklü tencerede 40 dakika pişirilir. 1 su bardağı un ve su ile katı bir hamur yoğrulur, üzeri örtülüp 5 dakika dinlendirilir. İnce bir şekilde açılır, 1,5 cm'lik kareler şeklinde kesilir. İnce doğranmış kuru soğan, kıyma, tuz ve karabiberle hazırlanan harçtan ortalarına yerleştirilir. Karelerin dört ucu tepede

toplanacak şekilde yapıştırılır. Tepside sallayarak unlanır. Nohuda salça ve tuz eklenir, 2 su bardağı su daha ilave edilip kaynatılır. Hamurlar bu karışıma eklenir, 15 dakika pişirilir. Tava içerisinde yağda nane kavrulur. Limon suyu ile beraber çorbanın üzerine gezdirilir. Kaynayınca altı söndürülür ve biraz dinlendirilir (İnce, 2004: 9).

Bulgur Çorbası

Yağda soğan kavrulur. Salça ve su ilave edilir, kaynatılır. Bulgur eklenir ve pişinceye kadar kaynatılır (Yıldız, 2018).

Bulgurlu Aş

İnce doğranmış soğan sıvıyağda pembeleştirilir. Salça katılıp kavrulur. Önceden haşlanmış nohut, mercimek ve bulgur katılır. Biraz daha kavrulup suyu ve tuzu eklenir. Piştikten sonra üzerine yağla kavrulmuş nane gezdirilir (Gürsu,2001: 9).

Katıklı Aş

Yarma pişirilir, nohut akşamdan ıslatılır ve pişirilir. Yarma, nohut ve süzme yoğurt karıştırılır; suyla cıvıtılarak soğuk olarak yenilir (Atacan, 2011: 169).

Katma Çorbası

2 su bardağı yarma iyice pişirilir. 2 su bardağı yoğurt ile tuzlu ayran yapılır. Pişirilen yarmalar ilave edilir ve ayrana eklenir, soğuk olarak tüketilir (İnce, 2004: 10).

Pancar Çorbası

2 tane pancarın kabukları soyulur, dilimlenip su ile haşlanır. 1 çay bardağı yarma ve tuz ilave edilir, iyice pişirilir (Narin, 2001: 14)

Tandır Çorbası

1/3 su bardağı nohut bir gece önceden ıslanır, 2 su bardağı su eklenip düdüklü tencerede 40 dakika pişirilir. Patatesler kaynar suda haşlanır, soyulur ve rendelenir. İnce doğranmış 1 baş soğan yağ içerisinde öldürülür, salça eklenir ve çevrilir. Su ile birlikte nohut, tuz ve 2 su bardağı su eklenir, kaynatılır. 1/3 su bardağı bulgur eklenir, 20 dakika pişirilir. Patates rendesi çorba suyu ile ılıştırılır ve ardından çorbaya eklenir.6-7 dakika daha pişirilir. Tavada tereyağında nane kızdırılır, çorbaya eklenir (İnce, 2004: 10).

Tanna (Tarhana) Çorbası

Yarma, pişirilerek tuluk yoğurduyla yoğrulur. Bu haliyle bir gün süreyle ekşimeye (mayalanmaya) bırakılır. Ardından bu karışım, çemberimsi şekiller halinde, çiğ adı verilen sazlık bitkisinden yapılmış sergilikte altı gün kurutulur. Kurutulan tannalar kış katığı olarak saklanır. Çorba haline getirilirken her kişi için bir parça kurutulmuş tanna alınır. Akşamdan ılık suya konularak, dağıtılıncaya kadar bekletilir. Hafif ateşte kaynatılır, kesilmemesi için bir bardak soğuk su ilave edilir. Yağda salça kavrulur ve nane ile birlikte üzerine gezdirilir (İnce, 2004: 11).

Yeşil Mercimek Çorbası

2 adet soğan, 2 adet biber ve kabuğu soyulmuş 2 domates doğranır. 1 su bardağı yeşil mercimek ve 1 tavukgöğsü ile hepsi bir tencerede pişirilir. Tavuk pişince ince didiklenir. Başka bir tencerede yağda salça kavrulur, nane ve su ilavesiyle diğer malzemeler birlikte kaynatılır. 1 su bardağı erişte eklenir, pişince tüketilir (Sönmez, 2018).

Döndürme

Yumurta, un, su, tuz ve karbonat karıştırılır. Kızgın yağlı tavaya ince bir kat şeklinde dökülür, alt üst ederek kızartılır (Narin, 2001: 17).

Ferfene

Yağda kızartılmış yumurtadır. Ziyafet yemeği anlamı da taşımaktadır (İnce, 2004: 11)

Yumurtalı patates

Patatesler küçük küpler halinde doğranır. Tereyağı ile bir tavada kavrulur. Pul biberi ve tuz ekilir. İsteğe göre çırpılmış yumurta ile pişirilir (Üstelik, 2018).

Soğanlama

Soğanlar tava ya da yayvan bir tencerede yağ ile kavrulur. Bu sırada üzerine yeşilbiber ve domates ilave edilir ve biraz daha kavrulur. Karışıma sıcak su ve tuz ilave edilerek soğanlar yumuşayana kadar pişirilir. Son olarak üzerine yumurta kırılır ve yumurta dağıtılmadan bir süre daha pişirilir (Karayılan, 2018).

Madımak

Yarım kg madımak ayıklanıp, kıyılır. Kaynar su içerisine koyulur, 10dakika sonra 1 çorba kaşığı bulgur eklenir. Yağda ince doğranmış 1 soğan pembeleştirilir, salça koyulup kavrulur. Madımağa ilave edilir, 1-2 taşım kaynatılır. Sarımsaklı yoğurtla beraber yenilir (Narin, 2001: 24).

Yeşil Mercimek Yemeği

Yağda doğranmış 2 soğan ve 100 g kuşbaşı et kavrulur.2 yemek kaşığı salça ve 1 su bardağı mercimek katılarak karıştırılır. Tuz ve su ilavesiyle pişirilir (İnce,2004: 22).

Ağ pakla / Çömlek(Çömlek) Fasulyesi

Kapadokya bölgesinde kuru fasulyeye ağ pakla denilir. Beyaz fasulye, kemikli et ve yağ çömleğe alınır. Çömlek tandıra gömülerek burada 3 ila 4 saat boyunca pişmeye bırakılır (Nevşehir Belediyesi, 2018).

Nohutlu Yahni

İsteğe göre kemikli koyun eti ve soğan birlikte önce kavrulur, bu malzemeler nohutla birlikte yöresel çömleğe konur. Salça ile çözülerek ilave edilerek, tandırda pişirilir (Kaçmaz, 2018).

Gendi (r)me

Tavada 1 adet baş soğan ve 1 yemek kaşığı salça tereyağında pembeleşinceye kadar kavrulur. Daha sonra içerisine yarma eklenilerek karıştırılır. Çömleğin altına kurutulmuş/pişirilmiş kemik konduktan sonra üzerine kavruşan yarma ve su eklenerek tandırda pişirilir.



Resim 5. Gendi(r)me

Kaynak: Pratik yemek tarifi, 2018.

Dıvıl

Haşlanmış patatesler, bulgur ile karıştırılarak yoğrulur ve küçük bilye büyüklüğündeki köfteler haline getirilerek yağda kızartılır. Kapadokya'nın geleneksel yemeklerine en güzel örneklerden biridir.



Resim 6. Dıvıl

Kaynak: Yemek tarifleri pratik, 2018.

Ayva Boranisi

Pekmezli ayva dolması tarifi gibi yapılır; pirinç yerine bulgur kullanılır (Gürsu, 2001: 10).

Bitirgen Kayısı Yahnisi

1 kg kuru ve çekirdekli bitirgen kayısı, üzerine örtecek kadar su ile bir kaba ıslatılır. 500 g et kuşbaşı doğranır, üzerini örtecek kadar suyla haşlanır. Haşlanan etler tereyağı ile kavrulur. Islanan kayıların çekirdeği (pörtletilerek) çıkarılır, içleri işaret parmağı ile düzeltilir. Diğer yanda 150 g pirinç, üzerini örtecek kadar suyla haşlanır ve kayıların içlerine doldurulur. Bir tencereye 250 g pekmez, bir bardak su, tuz, fesleğen ve karanfil konup 1-2 taşım kaynatılır. Hazırlanan kayılar çömleğe dizilir, üzerine kavrulmuş et ilave edilir. En son olarak pekmezli su süzülerek etin üzerine dökülür, 5-6 taşım kaynatılır. Arzuya göre sıcak ya da soğuk servis yapılır (Üstelik, 2018).

Kayı Yahnisi

250 g kemikli et parçalara bölünür, suda haşlanır. Yumuşayınca fazla suyu alınır. Yıkamış ½ kg kuru kayısı eklenir. Tuz ve 1 su bardağı pekmez katılıp çok hafif ateşte kayılar yumuşayınca kadar pişirilir (Sönmez, 2018).

Pekmezli Ayva Dolması

100 g kıyma bir tencere içerisinde kendi suyunu çekene kadar kısık ateşte pişirilir. 1/3 su bardağı pirinç yıkanır ve süzülür. 6 orta boy ayva yıkanır ve içleri oyulur, kararmamaları için limonlu suda bekletilir. Kıyma, pirinç, pekmez, 1 tatlı kaşığı kişniş, ½ tatlı kaşığı tuz ve 1 yemek kaşığı tereyağı karıştırılır. Ayvaların içi bu karışımla doldurulur. Yayvan bir tencereye yerleştirilir. 1,5 su bardağı sıcak su eklenir ve ayvalar yumuşayınca kadar, yaklaşık 30 dakika pişirilir (İnce, 2004: 19).

Nevşehir Tava

Acı sivri biberler doğranır ve tavanın altına dizilir. Üzerine kuşbaşı etler, onun da üzerine doğranmış domates ve sarımsak ilave edilir. En üste ise ince doğranmış bir kuyruk yağı ve tuz ilave ederek odun ateşinde pişirilir. Bu yemeğin pişme süresi 1 ila 1,5 saattir.



Resim 7. Nevşehir Tava

Kaynak: Kapadokyadakal, 2018.

Testi Kebabı

Genişçe bir tepsinin içinde kuşbaşı doğranmış et, domates ve ince doğranmış biberler, bütün olarak soyulmuş arpacık soğan, sarımsak ve baharatlar karıştırılır. Karıştırılan malzemeler testiye doldurulur. En üste defne yaprakları ve tereyağı konulduktan sonra, hazırlanan hamurla testinin ağzı kapatılır ve serçe parmakla küçük bir delik açılır. Genellikle açık havada odun veya meşe kömürü ateşinde en az 2 saat süreyle pişirilir. Yahut kara fırında 2-2.5 saat pişirilir. (Ev ortamında fırında pişirilecekse, 180 derecede ısıtılmış fırında 2.5 saat pişirilmesi tavsiye edilmektedir.) Fırından alınan testinin üst kısmı sert bir cisimle kırıldıktan sonra, testinin içindeki kebab büyükçe bir servis kabına boşaltılır; sıcak bir şekilde servisi yapılır (Buyruk vd., 2017: 153).

Testi kebabı, arabaşı ile birlikte Yozgat belediyesi tarafından Türk Patent Enstitüsüne ‘Yozgat Yöresi Yemeği’ olarak tescil ettirilmiştir (Yozgat Kültür Turizm Müdürlüğü, 2017). Ancak, testi kebabı Anadolu’nun diğer şehirlerinde de yapılan bir yemek olarak karşımıza çıkmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı’na ait olan, kulturportali.gov.tr portalında yapılan aramada ilginç bir sonuçla karşılaşılmaktadır. ‘Geleneksel Mutfak’ sekmesi altında, Yozgat testi kebabı yer almamakta, sadece

'Nevşehir testi kebabı' ve 'Burdur testi kebabı' tariflerine yer verilmektedir (Buyruk vd., 2017: 150).

Çanak

Kuşbaşı et, çeşitli sebzeler (özellikle patlıcan); yeşilbiber, domates, soğan, sarımsak ve yağ ilavesiyle toprak çanak içerisinde fırında pişirilir (Narin, 2001:21).

Biryani

Öncelikle 1 adet baş soğan incecik kıyılır ve biraz sıvıyağ ile tavada pembeleşinceye kadar kavrulur sonra 1kg kuşbaşı dana eti ilave edilerek, suyunu çekene kadar kavrulur. 5 su bardağı su eklenilip tuz ve karabiber ilave edilerek kaynatılır. 2 su bardağı pirinç yıkanıp, süzdürüldükten sonra, bir tepsiye yayılır, bunun üzerine et suyuyla birlikte dökülür. Önceden 180°C ısıtılan fırında 45 dakika kadar pişirilir. Tavada kızdırılan tereyağı üzerine gezdirilerek servis edilir (Atacan,2011: 170).

Sulu Et Köftesi

1 orta boy soğan ince doğranır, 1 kg kıyma, 1 su bardağı ince bulgur, 1yemek kaşığı un, 1 yumurta, ince kıyılmış maydanoz, karabiber ve tuz ile yoğrulur. Nohut büyüklüğünde köfteler yuvarlanır. Tencerede, kaynar su içerisinde pişirilir. Tava içerisinde ince doğranmış 1 baş soğan yağ ile pembeleştirilir, salça eklenerek kavrulur. Köftenin içine dökülüp, bir iki taşım kaynatılır (İnce,2004: 22).

Çiçek Cacığı

Yarım kg kabak çiçeği ayıklanır ve doğranır. Tencerede su kaynatılır, çiçekler atılır ve pişirilir. ½ çay bardağı bulgur ilave edilip 5 dakika daha pişirilir. Bir tavada yağda soğan pembeleştirilir, salça eklenip biraz daha kavrulur, cacığa eklenir, bir-iki taşım kaynatılır ve ocaktan alınır (Narin, 2001: 21).

Çiçek Dolması

Dört yemek kaşığı sıvıyağda ince doğranmış 1 adet baş soğan kavrulur. Salça eklenir, bir-iki karıştırılır, 2 su bardağı bulgur elenip biraz daha kavrulur. 250 g kabak çiçeği ayıklanıp, yıkanır. İçleri bu bulgurlu karışım ile doldurulur. Ağız kısımları üste gelecek şekilde tencereye dizilir. Az su ile kısık ateşte 10 dakika pişirilir (İnce, 2004: 13).

Firik Cacığı

Firikler (yeşil, olmamış domates) haşlandıktan sonra yıkanarak süzülür. 1 adet ince doğranmış baş soğan yağda kavrulur, 1 yemek kaşığı salça eklenerek karıştırılır. Firikler ilave edilip biraz kavrulduktan sonra üzerini kapatacak kadar sıcak su eklenilerek 5 dakika pişirilir. ½ çay bardağı bulgur ve 1 tutam tuz eklenip karıştırıldıktan sonra ağzı kapatılıp pişmeye bırakılır (Narin, 2001: 19).

Güveçte Patlıcan

Yöresel geniş tabanlı güvecin içine 1 yemek kaşığı tereyağı ve ince doğranan 1 baş küçük soğan koyulur. ½ patlıcan alacalı soyulur ve büyükçe doğranır. 2 adet domates, 4 biber, ¼ demet maydanoz, bir kaç diş sarımsak doğranır. ½ kg tavuk budu 2-3 parçaya ayrılarak hazırlanır. Hazırlanan malzeme salça, sıvı yağ ve tereyağı katılıp karıştırılır. Güveç kabının içerisine tüm malzeme kenarlarda boşluk kalmayacak şekilde yerleştirilir. Kısık ateşte 30 dakika kadar su eklemiden pişirilir. Pişmek üzere iken tuz eklenerek karıştırılır. Biraz dinlenip çektikten sonra hazır olur (İnce, 2004: 14).

Naneli Kabak

Beş adet kuru soğan ince doğranır. Dödüklü tencerede pişirilir, biber salçası eklenip, 2 su bardağı et suyu ile kaynatılır. Tencereye bir sıra et, üstüne doğranmış kabak, domates, biber, soğan, sarımsak dizilir; tuz kırmızı toz biberi ve nane serpilir.

Üzerine sulandırılmış salça dökülür ve doğranmış bir demet maydanoz konulup pişirilir, koruk sıkılır. Cacık ve kuru soğanla servis edilir (Narin, 2001: 18).

Pancar Yemeği

Bir adet pancar soyulur, dilimlenir ve haşlanır. Daha sonra ince doğranıp içine 1 çay bardağı yeşil mercimek eklenip pişirilir (İnce, 2004: 12).

Pancarlı Aş

Şeker pancarı soyulup küp şeklinde doğranır. Tencerede kaynayan suya eklenir, yumuşayana kadar haşlanır. Bulgur eklenir ve suyunu çekene kadar pişirilir (Sönmez, 2018).

Patates Köftesi

Bir miktar (5-6 adet orta boy) patates haşlanıp rendelenir. 1 ekmek içi ıslatılarak iyice sıkılır. 1 demet maydanoz ince kıyılarak hazır edilir. Hazırlanan malzemeler, 5 yemek kaşığı, beyaz yağlı peynir, bir tutam tuz, 1 adet yumurta ve karabiber bir kapta karıştırılır ve sert bir hamur haline getirilerek, 18 parçaya ayrılır. Her bir parça misket şeklinde köfteler halinde hazırlanır. Önceden yağlanan tepsiye sıralanır. Hazır olan köftelerin üzerine sıvıyağ gezdirilerek, orta sıcaklıktaki fırında kızarıncaya kadar pişirilir (İnce, 2004: 13).

Pezik (Pancar Yaprağı) Sarması

İnce doğranan kuru soğan sıvı yağda pembeleşince, pirinçler eklenerek, 3 dakika kavrulur. Tuz ve su eklenerek suyunu çekene kadar pişirilir. İncecik doğranmış maydanoz, nane ve baharat eklenerek dinlendirilir. Pezikler hazırlanan karışım ile asma yaprağı gibi sarılır, tencereye dizilerek, su eklenip, kapak veya tabak konularak 45 dakika pişirilir (Gürsu, 2001: 9).

Sütlü Kabak

İnce doğranmış 1 soğan sıvıyağda pembeleştirilir, salça eklenir. Biraz kavrulduktan sonra soyulup doğranmış kabaklar ilave edilir. Hafif kavrulur, çok az süt ve tuz ilave edilerek pişirilir (Gürsu, 2001: 8).

Tandır Fasulyesi

1 kâse kuru fasulye haşlanır ve çömleğin içerisine 100 g kuşbaşı et veya kurutulmuş kemik ile koyulur. Üzerine su eklenip ağzı kapatılır. Tandırdaki köz ateşinde 1-2 saat pişirilir. Bir tavada 2-3 ince doğranmış soğan yağ ile pembeleştirilir, salça eklenip kavrulur. Pişen fasulyenin içerisine tuz ile birlikte karıştırılır. Bir iki taşım kaynatılır ve tüketilir (Narin, 2001: 41).

Tıkırdatma Kabak

İnce doğranmış 1 adet soğan sıvıyağda pembeleştirilir, kuşbaşı et ilave edilir. Kabaklar soyulup doğranır ve etler biraz piştikten sonra eklenir. Kısık ateşte, su katılmadan pişirilir (Yorgancı, 2018).

Yaz Türlüsü

3 adet patlıcan ve 3 adet kabak alacalı soyulur, aynı boyda doğranır. 250 g fasulye ayıklanır ve doğranır. 3 adet patates soyulup doğranır. Tencere içinde yağda ince doğranmış 1 adet soğan pembeleştirilir. 250 g kuşbaşı et eklenip kavrulur. Doğranmış 3 adet biber ve 3 adet domates eklenir. Biraz kavrulduktan sonra salça ilave edilir. Bütün malzeme ve doğranmış ¼ demet maydanoz karıştırılır. Tencereye koyulur, çok az su ile pişirilir (İnce, 2004: 14).

Yeşil Domates Dolması (Göyönü)

2 su bardağı pirinç 1 saat kadar tuzlu ılık suda bekletilir. 2 adet ince doğranmış soğan 1 çay bardağı zeytinyağında pembeleştirilir. Pirinç ilave edilir ve 2-3 dakika

karıştırılır. Tuz, karabiber ve ½ su bardağı su eklenir. Suyunu çekmeye yakın ince doğranmış ½ demet maydanoz ve ½ demet nane karıştırılır, demlenmeye bırakılır. 1,5 kg domatesin üst kısımları kapak olacak şekilde sapları kesilip içleri boşaltılır. Hazırlanan harçla doldurulur ve tencereye dizilir. Domateslerin içlerinden çıkan içlerin yarısı, ½ su bardağı su ve tuz ilave edilip kapağı kapalı halde yarım saat pişirilir (Yorgancı, 2018).

Bulgur Pilavı

2 yemek kaşığı tereyağında 250 g kuşbaşı et kavrulur. 2 adet ince doğranmış kuru soğan eklenir, kavurmaya devam edilir. 2 adet ince doğranmış domates ilave edilir ve eriyinceye kadar pişirilir. Salça, 1,5 su bardağı bulgur, tuz eklenir bir - iki karıştırılır. 3 su bardağı su ilave edilip 10 dakika pişirilir. Biraz suluca bırakılıp tüketilir (Narin, 2001: 25-26).

Mercimekli Pilav

Bir çay bardağı yeşil mercimek bol su ile haşlanır. 1,5 su bardağı bulgur ilave edilip pişirmeye devam edilir. Bir tavada tereyağında ince doğranmış 1 kuru soğan ve ardından salça kavrulur. Tuz ve su ile beraber pilava ilave edilir, karıştırılır (Narin, 2001: 27).

Patatesli Pilav

Bir orta boy patates soyulup, nohut büyüklüğünde doğranır ve haşlanır. Üzerine 1,5 su bardağı bulgur ilave edilip pişirilir. Bir tavada tereyağında ince doğranmış 1 kuru soğan ve salça kavrulur tuz ile birlikte pilava eklenip karıştırılır (İnce, 2004: 16).

Pıt Pıt Pilavı

Aynen bulgur pilavı gibi yapılır, sadece kalın değil ince bulgur kullanılır (İnce, 2004: 15).

Sanayi Pilavı

2 su bardağı pirinç yıkanarak süzülür. Pilav tavaında tereyağında 250 g kuşbaşı et kavrulur. İnce doğranmış 3 sivri biber eklenir biraz daha kavrulur. Pirinç, 2diş sarımsak, tuz, karabiber, 1 yemek kaşığı salça ilave edilir, bir - iki karıştırılır. Su eklenip 15 dakika pişirilir (İnce, 2004: 16).

Dolma Manti

1 kg un uygun bir kaba alınır ve ortası havuz gibi açılarak içine 1yumurta, ½ çay bardağı sıvıyağ, 1 yemek kaşığı tuz ve az su ilave ederek sert bir hamur yoğrulur. 6 bezeye ayrılır. Oklava ile açılır, 1,5 x1,5 cm'lik kareler şeklinde kesilir. 2 soğan rendelenir, ½ demet maydanoz ince kıyılır; 250 g kıyma, 1 yemek kaşığı karışık salça, karabiber, pul biberi, tuz ile iyice karıştırılır. Kesilen kare hamurların içerisine parça parça yerleştirilir. Hamurlar tek tek dört köşesi bir araya getirilerek yapıştırılır. Hazırlanan mantılar, yağ ve tuz eklenmiş kaynayan suda pişirilir. Sarımsaklı yoğurtla karıştırılır, üzerine kızdırılmış tereyağı ve pul biberi gezdirilir (Atacan, 2011: 170).

Erişte

Buğday unu, su ve tuz ile sert bir hamur hazırlanır, dinlendirilir. Yufkalar şeklinde açılır ve ince ince kesilir. Kurutulduktan sonra sac üzerinde pembeleşene kadar kavrulur (Narin, 2001: 28).

Erişte: Tencerede su kaynatılır, tuz ile birlikte 2 su bardağı kavrulmuş erişte atılır, haşlanır. Fazla suyu süzülür. 2 yemek kaşığı tereyağı kızdırılır, üzerine gezdirilir (Narin, 2001: 28).

Peynirli Erişte

Kaynayan tuzlu su içerisinde 2 su bardağı kavrulmuş erişte haşlanır. Fazla suyu süzülür. 2 yemek kaşığı tereyağı kızdırılıp, 1 çay bardağı çömlük peyniri ile beraber erişte ile karıştırılır (Narin, 2001: 28).

Etlı Mantı

3,5 su bardağı un, tuz, 1 yumurta ve su ile kulak memesi yumuşaklığında bir hamur yoğrulur, beziler 5yapılır. Ekmek tahtasında yufka şeklinde açılır, 2cm'lik kareler şeklinde kesilir. İnce kıyılmış 1 kuru soğan, 250 g kıyma, ¼ demet maydanoz, 1 tatlı kaşığı kırmızı toz biberi, 1 tatlı kaşığı karabiber ve tuz ile harç hazırlanır. Kesilen hamurları ortasına koyulur ve kōřelerinden kapatılır. Kaynar tuzlu su içerisinde pişirilir. Őzerine yağda kavrulmuş salça koyularak servis edilir (İnce, 2004: 17).

Tık Tık Mantı

Tık tık Mantının hamuru diğer mantı hamurlarına gōre daha sert olur kesilen hamurlar suda haşlandıktan sonra Őzerine sarımsaklı yoğurt ile kıyma, soğan ve saladan yapılan sos ilave edilir (Sōnmez, 2018).

Samsa Mantı (Kuş Dili)

Un, su, tuz ile katı bir hamur yoğrulur. İnce bir şekilde açılır. 3 cm genişliğinde şeritler halinde kesilir. Őst Őste konularak kũek ũgenler şeklinde kesilir. Kaynar suda haşlanır ve sũzũlũr. Sarımsaklı yoğurtla karıştırılır. Kıyma, biber, domates ve salça birlikte kavrulur, ũzerine dōkũlerek yenilir (Yorgancı, 2018).

Beyaz Bulamaç

5 su bardağı un, bir tutam tuz, 4 su bardağı su ile sıvı hale getirilir. Kısık ateşte koyu bir kıvam alana kadar pişirilir. 3 yemek kaşığı tereyağı ile 1 yemek kaşığı kırmızı toz biberi kızdırılır hazırlanan bulamacın ũzerine dōkũlerek servis edilir (İnce, 2004: 19).

Diş Buğdayı

Buğday dũdũklũ tencerede pişirilir. İsteğe gōre mercimek, nohut, kuru fasulye de haşlanıp içine katılır. İster tuzlu, ister şekerli 1 yemek kaşığı ceviz ezmesi ilave edilerek yenilir (Karayılan, 2018).

Sızgıt

Dana eti, koyun eti ve kuyruk yağı ya da böbrek yağı karışımı ile hazırlanan sızgıtı hazırlarken et ve yağ ayrı şekilde kavrulur ve sonrasında karıştırılır. Sızgıt, bölgenin sevilen lezzetleri arasında yer alır.



Resim 8. Sızgıt

Kaynak: Fib haber, 2018.

Hamur Köftesi

Kapadokya yöresinin özgün köftesi için 2 su bardağı düğü, 2 su bardağı un, 1 tatlı kaşığı kırmızıbiber, tuz ve su katılarak sert olan bir hamur yoğrulur. Bilye büyüklüğünde yuvarlaklar yapılır. Kaynayan su içerisinde pişirilir. 1 baş ince doğranmış kuru soğan, yağ ve salça ile ayrı bir tavada kavrulur. Daha sonra bu karışım köftelere eklenip bir-iki taşım kaynatılarak hazırlanır (Narin, 2001: 42).

Bazlama

Türkiye'nin çeşitli bölgelerinde ve köylerinde yapılan bazlama Nevşehir ili sınırlarındaki köylerde' de tandırda duruma göre haftalık / aylık yapılan geleneksel bir ekmektir.

Un, maya, ılık su ve tuz ile mayalı hamur hazırlanır. Yoğrulurken içine haşlanmış rende patates katılır. Mayalanan hamur küçük bezelere ayrılır. Yarım cm kalınlığında açılır. Peynir, kıyılmış maydanoz ile harç hazırlanır, açılan hamurun ortasına yayılır, diğer yarısı katlanarak yarım daireler elde edilir. Üzerlerine yumurta sarısı sürülür ve ekmek pişirilen taş fırında sac üzerinde pişirilir (Gürsu, 2001: 6).

Bazlama Yağlaması

Tereyağı eritilip kızdırılır. İçine pekmez katılıp 2-3 dakika kaynatılır. Bazlamalar küçük küpler şeklinde doğranır, tepsiye dizilir. Pekmez, tereyağı karışımı üzerine dökülür (Gürsu, 2001: 6).

Kömbe

Genellikle “bazlama” olarak bilinen bu lezzet, Nevşehir mutfağında kömbe adıyla anılır. Genellikle kıymalı ya da sade olarak servis edilir (Secretturkey, 2018).

Hamursuz

Avanos ilçesi ve Özkonak Kasabasının yöresel lezzeti olan hamursuz, çörekten biraz daha yağlı bir hamur işidir. 2 kg unun ortası açılır, 1 su bardağı yoğurt, maya, tuz ve biraz sıvı yağ konular, ılık su ile yumuşak bir hamur yoğrulur. Bezelere ayrılır ve ince yufkalar şeklinde açılır. Yufkaların üzerine önceden kızdırılmış sıvıyağ gezdirilir ve her tarafı yağlanır. Rulo şeklinde sarılır, iki ucundan tutulup biri sağa biri sola olmak üzere kıvrılır. Çekilerek inceltilir. İyice inceltilen rulo ucundan başlayarak daire şeklinde sarılır. Merdaneyle 1 cm kalınlığında açılır, yumurta sarısı sürülerek önceden ısıtılan fırında kızarana kadar pişirilir (Gürsu, 2000).

Omaç

1-2 adet yufka parçalanır, 2 yemek kaşığı tereyağında kavrulur. Üzerine çirpılmış 4yumurta eklenir, pul biberi ekilerek yenilir (Karayılan, 2018).

Çığırtma / Cığıtma

1 kg un, 2 yemek kaşığı maya, hamur su ve tuz eklenerek kulak memesi yumuşaklığı olana kadar yoğrulur. Mayalanınca cevizden biraz büyük bezeler yapıp merdane ile açılır. Arasına peynirli maydanozlu iç koyulup kapatılır, kızgın yağda kızartılır (Kaçmaz, 2018).

Göre Ekmegi

1 kova unun içerisine 1 paket yağ maya, 2 kg haşlanmış patatesin rendesi, yeterince tuz ve su katılarak yumuşak bir hamur yapılır, mayalandırılır. Bezlere ayrılır, küreklere konulup yassı hale getirilir. Kara fırınlarda pişirilir (Narin, 2001: 39).

İşleme

4 su bardağı un, bir tutam tuz ve yeterli miktarda su ile kulak memesi yumuşaklığında hamur yoğrulur. Bezelere ayrılır, nemli bez altında dinlendirilir. Maydanoz kıyılır ve peynirle karıştırılır. Bezeler açılır ve çırpılmış yumurta sürülür. Harçtan koyularak kapatılır. Sac üzerinde alt st edilerek pişirilir. zerine tereyağı srlrerek yenilir (İnce, 2004: 21).

şekerli

Açılan hamura sıvıyağ sürülür, şeker serpilerek pişirilir (Narin, 200: 38).

2.4.2. Kapadokya Tatlıları

Yöre'nin doğal ürünleri, tatlı yapımında kendine has bir üslup ortaya koymuştur. Pekmez, un ve kayısı birçok tatlı da ön plandadır, bu da bölgenin karakteristik yapısından kaynaklanmaktadır.

Dolaz

Özellikle Nevşehir ili ve ilçelerinde yapılan ve yörenin karakteristiğini anlatan tatlılarından olan Dolaz, Un helvasına benzerliği olan içine eklenen yumurta ve dolazın pişirilme yöntemi ile dolazı lezzet açısından diğerlerinden farklı yapıyor. Ayrıca bölgede yetişen üzümlerden yapılan pekmezde kullanılarak lezzetlenen dolaz, içine veya üstüne ceviz katılarak servis edilir.



Resim 9. Dolaz

Kaynak: Kulturportali, 2018.

Aside

Geleneksel Kapadokya tatlarından. Un ve yağ ile yapılan diğer bir tatlı çeşididir. Un ile yağ kavrulup pekmeze karıştırılarak düz tabaklarla dağıtılır (Yorgancı, 2018).

Bulamaç

1 su bardağı un, 1 su bardağı pekmez ve ½ tatlı kaşığı tuz karıştırılır. 4 su bardağı su azar azar dökülerek sıvı hale getirilir, kısık ateşte kıvam alana kadar pişirilir ve servis edilir (İnce, 2004: 18).

Dolma

Yağla un kavrulur, üzerine pekmez, şeker veya bal dökülerek servis edilir (İnce, 2004: 17).

Aşure (Şire Çorbası)

Fasulye ve nohut haşlanır. Yarma ile beraber bir tencerede pişirilir. Yeterince pekmez ve su eklenir. Kıvamı çorba gibi olduktan sonra üzerine fındık, fıstık, çetene, tuz ve ceviz serpererek servis edilir (Narin, 2001: 30).

Ayva Tatlısı

Üç orta boy ayva boyuna ikiye bölünür, çekirdek yatakları çıkarılır. Kaynar 1 su bardağı su ile tencereye koyulur. Yumuşayana kadar pişirilir. Üzerine 1 su bardağı şeker serpilir ve 5-6 dakika daha kaynatılır. Tepsiyeye alınır, üstten ısıtmalı fırında ayvaların üstü hafif kahverengileşene kadar 10-15 dakika kızartılır. Soğuyunca, ortalarına kaymak koyularak, Antep fıstığı serpilerek servis edilir (İnce, 2004: 19).

Hoşaf

Kurutulmuş üzüm, kayısı, erik vb. şeker ve su ilavesiyle pişirilir (İnce, 2004: 17).

Kabak Tatlısı

Bal kabağı soyularak kibrit kutusu büyüklüğünde doğranıp yıkanır. Tencereye konur ve az su ile pişirilir. Üzerine pekmez dökülerek servis edilir (Narin, 2001: 30).

Kayısı Dolması

Yaklaşık 30-35 adet kuru kayısı yıkanarak, bir gece önceden su yatırılır (ıslatılır). Kendi suyu ile yaklaşık 20 dakika kaynatılır. Üzerine ½ su bardağı şeker serpilir. 10 dakika kadar kısık ateşte pişirilir. Pişirme tamamlandıktan sonra bir süzgeç yardımı ile sudan alınır ve ortaları doldurma işlemine uygun olarak açılır. Küçük ve ince şekilde kıyılmış 1/3 su bardağı badem veya ceviz ile doldurulur. Doldurulan açık kısım üste gelecek şekilde servis tabağına yerleştirilir. 3-5 dakika kaynatılmış şurup koyulaşınca kayısıların üzerine dökülür. Soğuduktan sonra üzerine isteğe göre kaymak koyularak yenilebilir (İnce, 2004: 19).

Köftür

Bakır bir leğen içine üzüm şırası konulup karıştırarak un ilave edilir. Koyulaşana kadar kısık ateşte pişirilir. Geniş düz bir tepsiye dökülür. Soğuduktan sonra istenilen şekilde kesilerek dilimlenerek güneşte kurutulmaya bırakılır (Gürsu, 2001: 11).

Pekmezli Karışık Hoşaf

6 adet kuru erik, 18 dilim kuru elma, ¼ su bardağı kuru üzüm, 7 su bardağı su içerisinde yarım gün ıslatılır. İslatma suyu ile birlikte meyveler yumuşayınca kadar pişirilir. Pekmez ilavesiyle 2 taşım daha kaynatılıp tüketilir (İnce, 2004: 20).

Yemiş (İncir–Kayısı) Tatlısı

İncir veya kayısı yıkanır, tencere içerisinde az yağda birkaç kez çevrilir, ılık su ve pekmez ilavesiyle pişirilir (İnce, 2004: 17).

Kıvrırma

Bir küçük kâse yoğurt, 1 adet yumurta, 1 yarım su bardağı sıvıyağ, ½ tatlı kaşığı soda, 1 tatlı kaşığı tuz, 1 çay bardağı şeker ve yeterince un karıştırılarak, kulak memesi yumuşaklığında bir hamur yoğrulur. Hamur tahtasında çok ince açılır ve dört parça şerit halinde kesilir. Büzülür ve kıvrılır, tepsinin ortasından başlayarak yuvarlanarak tepsiye dizilir. 5 yemek kaşığı tereyağı eritilip üzerine gezdirilir. Pembeleşene kadar fırında pişirilir, üzerine soğuk şerbet dökülür (Narin, 2001: 31).

İrmik Tatlısı

Yağda irmik kavrulur, kaynamış şeker şerbeti ilavesiyle pişirilir (Narin, 2001: 29).

Un Helvası

1 su bardağı tereyağında 300 g un pembeleşene kadar kavrulur. 3 su bardağı su ile 3su bardağı şeker kaynatılarak şurup hazırlanır. Una dökülerek iyice karıştırılır. Koyulaşınca ateşten alınır ve kapağı kapatılarak demlendirilir (Kaçmaz, 2018).

2.4.3. Kapadokya'nın Yerel İçecekleri

İlk insan yaşamının başladığı 10.000 yıl önceki dönemden kalma olduğu tespit edilen pres artığı üzüm çekirdekleri, bize üzümden şarap yapılmasının insanlık tarihi kadar eski olduğunu ve bağcılık kültürünün de bu yıllarda Anadolu'da başladığını göstermektedir. Bağcılığın tarihi Anadolu uygarlıkları ile iç içedir. M.Ö. 2000 yıllarında Anadolu'ya gelerek 600 yıllık büyük bir uygarlık yaratan Hititlerden, bağcılığın önemini anlatan çok sayıda arkeolojik buluntu günümüze kadar ulaşmıştır. Arkeolojik buluntulardan Anadolu'da Hititler zamanında asma ve şarabın büyük önem taşıdığı, M.Ö. 1800–1550 yıllarında bağcılığın çok gelişmiş olduğu, dini merasimlerde ve sosyal yaşantıda üzüm ve şarabın tanrılara adak olarak sunulduğu kaydedilmektedir (Karabat, 2014).

Üzüm Suyu

Üzümler yıkanarak tencereye alınır, ocağa konularak üzümler patlayıp yumuşayana kadar pişirilir. Üzümler süzgeçten geçirilerek suyu sıkılır. Çıkarılan su tekrar tencereye alınarak, şeker eklenip 10 dakika kaynatılır (Yorgancı, 2018).

Üzüm Şırası

Temizlenmiş olan kuru üzümler bol suda yıkanır. Daha sonra ince ince kıyılırlar veya robotta birazcık çekilirler. Üzümler bir kavanoza veya kaba alındıktan sonra üzerine 4 su bardağı su dökülür. Kabın üstü sadece bir tülbent ile örtülür, bu şekilde karanlık ve serin bir yerde 3 gün bekletilir. 3 günün sonunda renk kırmızıdan pembeye döner ve bir miktar kabarcık oluşur. Kabarcık oluşumu artık şıranın mayalandığını gösterir. Şıra süzülerek içime hazır hale getirilir (Irganik, 2018).

Pekmez Şerbeti

Pekmez, içecek kıvamına gelinceye kadar su eklenerek hazırlanan soğuk günlerde tercih edilen yöresel bir içecektir (Yorgancı, 2018).

Şaraplar

Kapadokya' da şarap denilince, Turasan ve Kocabağ Şarapları ilk akla gelenlerdir. Bölgenin volkanik toprak özelliği ve arazinin engebeli yapısı bağcılık ve üzüm üretimi için uygun bir ortam oluşturmuştur. Hititler döneminde şarap kutsal içki olarak Tanrılara sunulmuş ve ticari ürün olarak önemli bir yer tutmuştur. Kapadokya'nın güneyinde bulunan İvriz kaya kabartmasında (M.Ö 7.YY) Hitit Kralı Tanrıya üzüm salkımları sunarken betimlenmektedir (Klasik Zaman Word Press, 2016).

Nevşehir ili sınırları içerisinde yaklaşık 25000 hektar alanda, ortalama yıllık üzüm üretimi 150-170 ton aralığındadır. Bu bölgede yaşamış olan Rumlar arasında üzüm üretimi ve şarap yapımı oldukça fazla olduğu bilinmektedir. Rumların göç etmesi ve yeni yerleşimcilerin dinsel açıdan şaraba karşı yaklaşımı ile şarapçılık bölgede yavaşlamıştır. Kapadokya' da yaşamış Rumlar şarap üretim yerlerini "patos" olarak adlandırmış ve üzümü ayakla ezdikleri (çiğnedikleri) ve buna da "harman" adı verdikleri bilinmektedir. Kapadokya'da nerdeyse her köy evinde üzüm çiğneme yeri "şıra hane" olan bölümler bulunur. Bölgedeki bilinen üzüm türleri şöyledir (Güçlü, 2017);

- **Beyaz Buzgulu Üzümü:** Sert, kalın kabuklu ve 1-2 çekirdeği bulunan, dayanıklı ve turşusu da yapılabilen bir üzümdür. Siyah ve beyaz renkleri olan çeşitleri vardır.
- **Buludu (Bulut) Üzümü:** (Kışlık) hevenklik bir üzümdür. Siyah, beyaz ve asıl mor olarak üç çeşidi de bölgede bulunmaktadır. Çalı dallarına (kurutulmuş) asılarak dayanıklılığı artırılır. Soğuk depolama alanlarında bahar aylarına kadar saklanabilir. Sofralık ve şaraplık olarak kullanılır. Dayanıklı olan yöresel bir üzümdür.
- **Çavuş Üzümü:** Ülkemizin farklı yerlerinde de aynı ad ile bilinen üzüm bulunmaktadır. Safranbolu çavuşu, Bozcaada çavuşu, Pembe çavuş gibi çeşitleri de mevcuttur. Kapadokya bölgesi çavuş üzümünün anavatanı olduğu sanılmaktadır. Küçük çekirdekli, aroması kendine has ve sofralık bir üzümdür.
- **Dirmit (Dimrit) Üzümü:** Erkenci üzüm olarak da bilinmektedir. Olgunlaşma süreci "alaca düşmesi" olarak adlandırılır. Pekmez yapımında ve sofralık olarak kullanılır. Sadece % 3 oranında şaraplık olarak kullanılır. Şeker oranı çok yüksektir. (% 17-26) Temmuz ortalarında olgunlaşır. Düşük asitli ve alkolü normal şarap üretilir. Bunların haricinde yine kupajlarda, Dimrit üzümü kullanılır.

Gülşehir ilçesinde "ağ dirmit" olarak bilinir. Bu üzüm çeşidi Burdur yöresinde de yetiştirilir.

- **Emir (İmir) Üzümü:** Kapadokya bölgesinin su oranı yüksek, beyaz bir üzüm çeşididir. Beyaz şarap üretiminde çokça tercih edilir. Nevşehir, Kırşehir, Kayseri ve Niğde bağlarında yaygın olarak üretilmektedir. Sek şarap yapımında kullanılmaktadır.

Emir üzümünün anavatanı Nevşehir'dir. Bu üzümlerden üretilen özel şarabın, hükümdarların şarabı olmasından dolayı, adının emirlerden aldığı söylenmektedir. Bölgede yaygın olarak yetiştirilmektedir.

Orta büyüklükte daneleri ve orta kalınlıkta kabuğu olan, sulu bir üzümdür. Aromatik ve asitli yapısı ile şarap yapımına çok uygundur. Eylül ayı sonlarına doğru hasadı yapılmaktadır.

İç Anadolu'nun Kızılırmak havzası, 900 - 1100 rakımlı yaylalarının, mikro - iklimik alanlarında yetişmektedir. Bu bölgenin toprak yapısı volkanik ve tüflüdür. Kırşehir, Kayseri, Niğde'de de emir üzümü yetiştirilmektedir.

Gülşehir civarlarında yetiştirilen emir üzümlerine "kart imir" ve "has imir" denilmektedir.

- **Göğçek Üzümü:** Pekmez yapımında tercih edilir. Şırası bol olan, ince kabuklu, gevşek yapılı, taneleri sık olan bir üzüm çeşididir. Olgunlaşırken daha yeşil olur.
- **Hafızali Üzümü:** Sofralık bir üzüm çeşididir. Mevsim sonuna doğru olgunlaşan taneleri iri sarı ile yeşil arası bir renge sahiptir.
- **Horozkarası:** Verimi yüksek olan, salkımları sıkı ve taneleri iri, dolgun, uzun eliptik şekilli, kokusu hoş, mavi ile siyaha çalan bir renkte sofralık ve şaraplık bir üzümdür.
- **İsmailoğlu Üzümü:** Sofralık bir çeşittir. Bu nedenle geniş bir pazar vardır. Aynı zamanda pekmez yapımı içinde kullanılır. Büyük ve gösterişli salkımlar için asmada yetiştirilmesi tavsiye edilir.
- **Karaburcu Üzümü:** Sık taneli ve çekirdeği az olan, adının "kara" olmasına rağmen beyaz taneli, sofralık bir üzümdür.

- **Kayseri Karası:** Kabukları ince, taneleri iri, yuvarlak ve rengi mora çalan hem sofralık hem de şaraplık olan bir üzümdür. Narin ve güzel aromalı bir üzüm olan Kayseri Karası, Ürgüp ve Kayseri yöresinde yetişmektedir.
- **Keten Gömlek Üzümü:** Olgunlaştıkça rengi sarıdan, kısmı kızaran, taneleri seyrek ve küçük, tatlı sofralık bir üzümdür.
- **Kızıl Üzüm/Mis Üzümü:** Taneleri seyrek, hoş kokulu, pembe ve kızıl tonları bulunan sofralık bir üzüm çeşididir. Ayrıca, Kızıl üzüm ve gül üzümü olarak da bilinir.
- **Nevşehir Karası:** Sofralık ve şaraplık bir üzüm çeşidi olup Kalecik Karası'na benzerliği ile bilinir.
- **Parmak Üzümü:** Silindir biçimli uzun ve parmağa benzerliği ile adını alan, beyaz, sofralık üzüm çeşididir.
- **Şiradar Üzümü:** Kalecik Karası'na benzeyen, taneleri yuvarlak, koyu mor renkli, şırası bol olan, şaraplık bir üzümdür.
- **Tilki kuyruğu (Kurt Kuyruğu):** Taneleri sık ve iri olan sofralık üzüm çeşididir. Şaraplık olanları da vardır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KAPADOKYA’NIN GASTRONOMİK UNSURLARI HAKKINDAKİ TURİST ALGILARININ ARAŞTIRILMASI

3.1. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın bu bölümünde sırasıyla, araştırmanın amaç ve önemi, araştırma modeli, araştırma soruları, araştırmanın evren ve örnekleme, araştırma için kullanılan veri toplama aracının hazırlanması, elde edilen verilerin analizinin yapılması ve istatistikî bölümlere yer verilmiştir. Araştırma, tarama modellerinden tekil tarama modeli kullanılarak yapılmış bir araştırmadır. Çalışmanın evrenini, Kapadokya Bölgesini ziyaret eden yerli ve yabancı turistler oluşturmaktadır; çalışma evreni Kapadokya bölgesini ziyarete gelen turistlerle sınırlandırılmıştır. Çalışmanın örneklemini ise Kapadokya bölgesine ziyarete gelen turistler arasında kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 410 turist oluşturmaktadır. Belirlenen örneklem sayısı Altunışık vd. (2012) göre evreni temsil etmektedir. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Anket formu, konu ile ilgili çalışmalar incelendikten sonra hazırlanmış, ayrıca uzman görüşlerine başvurulmuştur. Hazırlanan anket formunda yer alan olabilecek hataları düzeltmek için 25 yerli ve 25 yabancı turist ile pilot uygulama yapılmıştır. Pilot çalışma sonunda eksiklikler giderilmiş ve hatalı olan sorular düzeltilmiştir.

3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Turizm sektörü için önemli etkenlerden biri olan yiyecek içecek hizmetleri, kültürün tanıtılması ile birlikte turizmde en çok gelir getiren bölümler arasında yer

almaktadır. Bir destinasyonun çekicilikleri arasında yerel gastronomik unsurlar önem arz etmektedir. Destinasyonun gastronomik unsurlarının bilinirliği ve yerel mutfağın ön plana çıkması destinasyon pazarlamasına katkı sağlayacaktır. Kapadokya bölgesini ziyaret eden misafirlerin Kapadokya'nın gastronomisi hakkında yeterince bilgi sahibi olmadığı ve yerel işletmeler tarafından da yöresel yemeklerin çok fazla ön plana çıkarılmadığı gözlenmektedir. Kapadokya'yı ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin gastronomi algıları ve bu algılardan hareketle Kapadokya'nın gastronomik unsurları hakkında bazı sonuçlar elde etmek ve gastronomi turizminin gelişimi için fikirler oluşturmak çalışmanın temel amaçlarındadır. Kapadokya'yı ziyaret eden turistlere uygulanan anketlerden edinilen verilerin analizi ile sağlanan bulgular ışığında, sektörünün gastronomi alanındaki eksiklikleri belirlenerek Kapadokya'da gastronomi turizminin geliştirilmesine katkıda bulunmak ve bundan sonra yapılacak olan çalışmalara ışık tutulması amaçlanmaktadır.

3.3. Araştırmanın Değişkenleri

Ortaya atılan kavramların sayısal olarak ölçülebilir hallerini ifade eden değişkenler hipotezlerin istatistiksel olarak test edilmesini sağlar. Değişkenler etkilemeleri ve etkilenmeleri açısından bağımlı ve bağımsız olarak iki gruba ayrılırlar. Bağımsız değişken, bağımlı değişkeni etkileme ihtimali olan, bağımlı değişkendenden önce gelen değişkendenden önce gelen ve bağımlı değişkendeki değişimi açıklamaya yarayan değişkendir. Bağımlı değişken ise bağımsız değişkene göre değişim gösteren değişkendir (Altunışık vd., 2005, Demir vd., 2009).

Bu çalışmada, Kapadokya Bölgesini ziyaret eden ve araştırmaya katılan turistlerin sahip olduğu kişisel özellikler ile Kapadokya'nın gastronomik unsurları hakkındaki bakış açıları arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırmanın bağımsız değişkenini turistlerin kişisel özellikleri, bağımlı değişkenini ise Kapadokya'nın gastronomik unsurları hakkındaki bakış açısı oluşturmuştur.

3.4. Araştırma Soruları

Hazırlanan bu çalışma Kapadokya bölgesini ziyarete gelen turistlerin demografik özellikleri ile Kapadokya'nın gastronomik unsurları arasındaki ilişkileri belirlemeyi amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki araştırma soruları oluşturulmuştur.

- 1: Kapadokya bölgesini ziyaret eden turistlerin yaşları ile Kapadokya'nın gastronomik unsurları hakkındaki algıları arasında anlamlı farklılıklar var mıdır?
- 2: Kapadokya bölgesini ziyaret eden turistlerin cinsiyetleri ile Kapadokya'nın gastronomik unsurları hakkındaki algıları arasında anlamlı farklılıklar var mıdır?
- 3: Kapadokya bölgesini ziyaret eden turistlerin medeni durumları ile Kapadokya'nın gastronomik unsurları hakkındaki algıları arasında anlamlı farklılıklar var mıdır?
- 4: Kapadokya bölgesini ziyaret eden turistlerin eğitim durumları ile Kapadokya'nın gastronomik unsurları hakkındaki algıları arasında anlamlı farklılıklar var mıdır?
- 5: Kapadokya bölgesini ziyaret eden turistlerin gelir durumları ile Kapadokya'daki gastronomik unsurları hakkındaki algıları arasında anlamlı farklılıklar var mıdır?
- 6: Kapadokya bölgesini ziyaret eden turistlerin yerli-yabancı olma durumları ile Kapadokya'nın gastronomik unsurları hakkındaki algıları arasında anlamlı farklılıklar var mıdır?

3.5. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni, Kapadokya bölgesini ziyaret eden yerli ve yabancı turistler oluşturmaktadır. Bu çalışma, merkez Kapadokya olarak da bilinen Nevşehir ili ve dâhilindeki turistlerin en çok ziyaret ettikleri kasaba ve ilçelerde (Göreme, Ürgüp, Uçhisar, Kaymaklı, Derinkuyu) yapılmıştır. Örneklem seçiminde, değerlendirmeleri oranlara göre yapılacak araştırmalarda evren hacminin büyüklüğüne karşılık örneklem büyüklüğünün ne kadar alınması gerektiğine ilişkin genel bir tablo önerilmektedir. Söz konusu tabloda, 0,05 anlamlılık düzeyi ve $\pm 0,05$ hata oranında, evren hacminin 1.000.000 olması halinde örneklem büyüklüğü 383 olarak, 10.000.000 olması halinde ise 384 olarak hesaplanmıştır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2007, s. 72).

Kapadokya bölgesini ziyaret eden turistlerin, Kapadokya'nın gastronomik unsurlarına yönelik algılarını belirlemek amacıyla hazırlanan bu çalışmada, Nisan-Temmuz 2018 tarihleri arasında, Kapadokya bölgesinde anket uygulaması yapılmıştır. Toplam 450 adet anket formu dağıtılmış olup, bazı turistlerin anketleri alıp daha sonra doldurup vermek istemeleri, fakat geri vermemeleri sonucunda uygulanan anket sayısı 430 olarak gerçekleşmiştir. Bu anketlerin 20 tanesi de tam olarak doldurulmaması nedeniyle değerlendirilmeye alınmamış olup, toplam 410 adet anket formu analiz edilmiştir.

3.6. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Bu çalışmada, Kapadokya'yı ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin, Kapadokya'nın gastronomik unsurları hakkındaki algıları araştırılmıştır. Araştırma, merkez Kapadokya olarak bilinen Göreme, Uçhisar, Ürgüp, Avanos, Kaymaklı ve Derinkuyu'da yapılmıştır. Müze ve ören yerlerindeki büyük tur gruplarının yeterli zamanlarının olmaması, tur yöneticisi veya rehberlerinin gruplarındaki turistlerin anket doldurmasına sıcak bakmamaları araştırmanın en önemli zorluğu olarak karşımıza çıkmıştır. Bununla birlikte yerel satıcıların, turistlere satış amaçlı olarak çok fazla yaklaşmalarından kaynaklanan, anket için yaklaşıldığında da satış amaçlı yaklaşıldığını zannedip tepki vermeleri araştırmada karşılaşılan zorluklar arasında yer almıştır.

3.7. Anketin Uygulanması ve Verilerin Toplanması

“Gastronomi Turizmi ve Kapadokya'nın Gastronomik Unsurları Hakkındaki Turist Algılarının Araştırılması” isimli bu çalışmada veri toplamada anket tekniğinden faydalanılmıştır. Anket tekniği, cevaplandırıcı konumunda bulunan kişilerin daha önceden belirlenmiş bir düzende ve yapıdaki sorulara cevap vermesi sonucu elde edilen veri toplama yöntemidir. Her uygulayıcının aynı soru setine cevap verebilmesinden dolayı anketler yüksek sayıda katılımcıya uygulanabilen ideal bir veri toplama aracıdır (Altunışık, vd., 2005).

Uygulamada kullanılan anketin geçerliliğinin ve güvenilirliğinin sağlanması için aşamalı bir ön çalışma gerçekleştirilmiştir.

Anket formu geliştirilirken öncelikle kapsamlı bir alan yazın incelemesi yapılarak anket formu taslağı oluşturulmuştur. Hazırlanan anket formu, kullanılan dil, yapı ve bütünlük açılarından değerlendirilmiş ve yapılan öneriler doğrultusunda gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Bunun sonrasında ilgili alanda çalışan akademisyenler tarafından taslak incelenmiştir. Bu incelemeler sonrasında pilot uygulama gerçekleştirilmiştir. Pilot uygulama dâhilinde 25 yerli ve 25 yabancı turist ile yüz yüze görüşme yapılarak anketleri doldurmaları istenmiştir. Bu ön uygulamada anket formlarının anlaşılmasında ve doldurulmasında hiç bir zorlukla karşılaşmadığı ve ankette kullanılan dilin kolayca anlaşıldığı gözlemlenmiştir.

Bu anketin ilk bölümünde katılımcılara ilişkin kişisel sorular, ikinci bölümünde gastronomi turizmine yönelik ifadeler, üçüncü bölümde ise gastronomik unsurlarla ilgili ifadeler yer almaktadır. Gastronomi turizmine yönelik ifadeler, Bekâr ve Kılıç (2014) tarafından hazırlanan ‘Ziyaretçilerin Gelir Düzeylerine Göre Destinasyondaki Gastronomi Turizmi Etkinliklerine Katılmaları’ isimli çalışmada kullanılan ölçek ile Bekâr ve Belpınar (2015) tarafından geliştirilen ve ‘Turistlerin Gastronomi Turizmine Yönelik Görüşlerinin Milliyetlerine Göre Değerlendirilmesi’ isimli çalışmada kullandıkları ölçekten faydalanılarak hazırlanmıştır. Çalışmada katılımcıların kişisel özelliklerini belirlemeye yönelik yedi ifade, Kapadokya’nın gastronomik unsurları hakkındaki algılarını belirlemeye yönelik birinci bölümde on bir ifade, ikinci bölümde ise on yedi ifadeye yer verilmiştir.

3.8. Verilerin Analizi

Toplanan verilerin nasıl analiz edileceği ve hangi analiz tekniklerinin kullanılacağı araştırma sonuçlarının doğru yorumlanması açısından büyük önem taşımaktadır. Çalışmanın bu kısmında Kapadokya bölgesini ziyaret eden turistlerin doldurmuş olduğu anketler sonucunda elde edilen veriler, bilgisayar ortamında uygun program ve tekniklerle analiz edilmiş, ulaşılan bulgular açıklanmıştır.

Tablo 6. Kapadokya’da araştırmaya katılan turistlerin kişisel özellikleri

	N	Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	410		
Kadın		213	52,0
Erkek		197	48,0
Yaş	410		
15-24 yaş		111	27,1
25-34 yaş		137	33,4
35-44 yaş		75	18,3
45-64 yaş		68	16,6
65 ve Üzeri Yaş		19	4,6
Medeni Durum	410		
Evli		168	41,0
Bekâr		242	59,0
Eğitim Durumu	410		
İlköğretim		25	6,1
Lise		132	32,2
Ön lisans veya Lisans		182	44,4
Lisansüstü		71	17,3
Aylık Gelir	410		
1500 TL’den az		71	17,3
1501-2500 TL		120	29,3
2501-3500 TL		87	21,2
3501-4500 TL		88	21,5
4501 TL ve Üstü		44	10,7
Vatandaşlık Durumu	410		
T.C. Vatandaşı		178	43,4
Yabancı		232	56,6
Konaklama Süresi	410		
Günübirlik		22	5,4
1 Gece		105	25,6
2 Gece		125	30,5
3 Gece ve Üzeri		158	38,5
Ziyaret Nedeni	410		
Dinlenme/Eğlence		209	51,0
İş/Ticaret		27	6,6
Akraba/Arkadaş Ziyareti		31	7,6
Sağlık/Tedavi		2	0,5
Eğitim		10	2,4
Alışveriş		6	1,5
Tarihi Eser-Mekân Ziyareti		75	18,3
İnanç		11	2,7
Gastronomi-Mutfak		11	2,7
Diğer		28	6,8

Tablo 6, incelendiğinde araştırmaya katılanlarla ilgili aşağıdaki bilgilere ulaşılmıştır:

- Araştırmaya katılanların %52'si bayan, %48'i ise erkeklerden oluşmaktadır.
- Araştırmaya katılanların %33,4'ü 25-34 yaş arasında, %27,1'i 15-24 yaş arasında, %18,3'ü 35-44 yaş arasında, 16,6'sı 45-64 yaş arasında ve %4,6'sı da 65 ve üstü yaş arasındadır.
- Araştırmaya katılanların %59' u bekâr, %41'i ise evlidir.
- Araştırmaya katılanların %44,4'ü ön lisans veya lisans, %32,2'si lise, %17,3'ü lisansüstü, %6,1'i de ilköğretim derecesine sahiptir.
- Araştırmaya katılanların %29,3'ü 1501-2500 TL arası, %21,5'i 3501-4500 TL arası, %21,2'si 2501-3500 TL arası, %17,3'ü 1500 TL ve altında, %10,7'si ise 4501 TL ve üzerinde gelire sahiptir.
- Araştırmaya katılan katılımcıların %56,6' sını yabancı turistler, %43,4'ünü ise yerli turistler oluşturmaktadır.
- Araştırmaya katılanların %38,5'i bölgede 3 gece veya daha fazla, %30,5'i 2 gece, %25,6'sı 1 gece konaklama gerçekleştirmişlerdir. Bunun yanı sıra katılımcıların %5,4'ü ise bölgeye günübirlik ziyaret gerçekleştirmiştir.
- Katılımcıların ziyaret nedenleri incelendiğinde %51 ile büyük bir çoğunluğun bölgeye dinlenme-eğlenme amacıyla geldiği belirlenmiştir.

Çalışmada araştırmaya katılanların bireysel özelliklerine ait istatistiksel bilgiler verildikten sonra verilerin analize uygun olup olmadığı değerlendirilmiştir. Verilerde hata olup olmadığını anlamak için standart sapma, frekans dağılımları ve ortalamaların kontrol edilmesi gerekmektedir. Bu çalışmada, verilerin normal dağılım gösterip göstermediğinin incelenmesi için literatürde yer alan yöntemlerden olan standart sapma, çarpıklık ve basıklık değerleri ile veriler test edilmiştir. Normal olarak dağılım gösteren bir verinin standart sapma derecesi 1'e yakın bir değer alırken, çarpıklık ve basıklık değerleri -3 ve +3 arasında yer alması gerekmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2012).

Yapılan analizler sonucunda ölçekte yer alan ifadelerin standart sapma değerlerinin 1'e yakın olduğu, çarpıklık ve basıklık değerlerinin ise -3 ve +3 değerleri arasında olduğu, p-p grafikleri incelendiğinde de verilerin normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre verilerin analizinde parametrik testlerin kullanılması uygun bulunmuştur.

Tablo 7. Faktör analizi

Maddeler	Faktör Yükleri	Maddeler	Faktör Yükleri
M1	,475	M15	,607
M2	,537	M16	,553
M3	,619	M17	,633
M4	,547	M18	,510
M5	,462	M19	,561
M6	,477	M20	,572
M7	,447	M21	,530
M8	,531	M22	,635
M9	,502	M23	,515
M10	,491	M24	,641
M11	,530	M25	,601
M12	,593	M26	,623
M13	,588	M27	,615
M14	,622	M28	,621

Açıklanan varyans oranları: Tek faktörlü yapı için toplam varyans oranı; %31,53

KMO(Kaiser-Meyer-Olkin): ,901, , **Sig:** ,000

Tablo 7 incelendiğinde ölçeğin tek faktörlü yapısı toplam varyansın % 31,53'ünü açıklamaktadır. Yapılan analizlerde ölçeğin faktör yükleri ,462 ile ,641 arasında değişmektedir. Madde toplam korelasyonlarının eksi değerler almaması ve 0,25 değerinden büyük olması gerekmektedir (Alpar, 2016). Bunun yanı sıra KMO:;901 ve $p=0,00$ olarak hesaplanmıştır. Elde edilen sonuçlar ölçeğin faktör yüklerinin uygun olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 8. Araştırmada kullanılan ölçeklerle ilgili tanımlayıcı istatistikler

Ölçekler	Genel ortalama	Standart sapma
Kapadokya'yı ziyaret eden turistlerin, Kapadokya'daki gastronomi unsurları hakkındaki algıları	3,59	0,67

Tablo 8'de incelendiğinde katılımcıların Kapadokya'nın gastronomik unsurları hakkındaki algılarına yönelik ifadelerinin ortalamasının 3,59 olduğu belirlenmiştir. Çıkan bu sonuç katılımcıların Kapadokya'nın gastronomik unsurları hakkındaki algılarına yönelik ifadelerin katılım aralığına yakın olduğunu ortaya koymuştur.

Ortalamalara bakıldıktan sonra Kapadokya'nın gastronomik unsurları hakkındaki algılarını belirlemeye yönelik hazırlanan ölçeklerin güvenilirlik analizleri yapılmıştır.

Güvenirlik kavram olarak, ölçüm sonuçlarının ölçülmek isteneni doğru bir şekilde ölçmesi, ölçüm aracının farklı yerlerde, farklı zamanlarda ve aynı evrenden seçilen farklı örnekleme uygulandığında benzer sonuçlar vermesi olarak tanımlanmaktadır. Cronbach's Alpha katsayısı güvenilirliği ölçmede kullanılan katsayılardan en yaygın olanıdır. Kullanılan ölçeğin genel güvenilirliği ifade eden Cronbach's Alpha katsayısı, maddelerin varyansları toplamının genel varyansa oranlanmasıyla elde edilen değişim ortalamasıdır. Bu katsayı 0 ile 1 arasında olmaktadır. 0,60-0,80 arasındaysa ölçeğin güvenilir olduğu, 0,80-1,00 arasındaysa oldukça güvenilir olduğu ifade etmektedir (Karagöz, 2016).

Yapılan çalışmada ölçeklere ait Cronbach Alfa katsayıları Tablo 9'da sunulmuştur.

Tablo 9. Ölçeklere ait güvenilirlik katsayıları

Ölçekler	İfade sayısı	Güvenirlik (Cronbach Alfa)
Kapadokya'yı ziyaret eden turistlerin, Kapadokya'nın gastronomik unsurları hakkındaki algıları ölçeği	17	0,89

Tablo 9, incelendiğinde çalışmada kullanılan ölçeklerin oldukça güvenilir ölçekler olduğu söylenebilir.

Tablo 10. Araştırmaya katılanların yaşları ile Kapadokya'nın gastronomik unsurları hakkındaki algılarına ilişkin farklılığın ANOVA testi

Yaş	Grup İstatistiği			Test İstatistiği		
	N	Ort.	s.s.	F	p	Tukey HSD
15-24 ^a	111	3,42	0,73	2,801	0,02	a ile d
25-34 ^b	137	3,62	0,70			
35-44 ^c	75	3,67	0,64			
45-64 ^ç	68	3,73	0,55			
65 ve üzeri ^d	19	3,67	0,35			

Kapadokya’da araştırmaya katılanların yaşlarına göre Kapadokya’nın gastronomik unsurları hakkındaki algılarının farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi uygulanmış ve sonuçları Tablo 10’da verilmiştir. Analiz sonucuna göre 0,02 ($p<0,05$) anlamlılık düzeyinde katılımcıların yaşları ile Kapadokya’daki gastronomi unsurları hakkındaki algıları arasında anlamlı farklılık belirlenmiştir. Bu kapsamda, Kapadokya’da araştırmaya katılanların yaşlarına göre Kapadokya’nın gastronomik unsurları hakkındaki algılarının farklılıkların olduğu kabul edilmiştir. Farklılığın kaynağını belirlemeye yönelik yapılan Tukey testi sonucuna göre 15-24 yaş arasında yer alan katılımcıların Kapadokya’daki gastronomi unsurları hakkındaki algıları, 45-64 yaş arasında bulunan katılımcıların görüşlerine göre daha alt düzeyde olduğu belirlenmiştir.

Tablo 11. Araştırmaya katılanların cinsiyetleri ile Kapadokya’nın gastronomik unsurları hakkındaki algılarına ilişkin farklılığın t-testi sonuçları

	Grup İstatistiği			Test İstatistiği	
	N	Ort.	S.S.	T	P
Erkek	213	3,61	0,68	0,601	0,54
Kadın	197	3,57	0,66		

Araştırmaya katılanların cinsiyetlerine göre Kapadokya’nın gastronomik unsurları hakkındaki algılarının farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere t-testi yapılmış ve sonuçları Tablo 11’de verilmiştir. Tablo 11’deki verilere göre araştırmaya katılanların Kapadokya’nın gastronomik unsurları hakkındaki algıları, cinsiyetleri acısından incelendiğinde anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p<0,05$). Analiz sonucunda katılımcıların cinsiyetlerinin Kapadokya’nın gastronomi unsurları hakkındaki algılarının farklılığa neden olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 12. Araştırmaya katılanların medeni durumları ile Kapadokya’nın gastronomik unsurları hakkındaki algılarına ilişkin farklılığın t-testi sonuçları

	Grup İstatistiği			Test İstatistiği	
	N	Ort.	S.S.	T	P
Evli	168	3,77	0,53	-4,732	0,00
Bekâr	242	3,47	0,73		

Araştırmaya katılanların medeni durumlarına göre Kapadokya’nın gastronomik unsurları hakkındaki algılarının farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere t-testi uygulanmış ve sonuçları Tablo 12’de aktarılmıştır.

Tablo 12’deki verilere göre araştırmaya katılanların medeni durumlarının Kapadokya’nın gastronomik unsurları hakkındaki algılarının farklılık oluşturduğu belirlenmiştir ($p=0,00$). Tablo verilerine göre evli katılımcıların Kapadokya’nın gastronomik unsurları hakkındaki algılarının bekâr katılımcıların görüşlerine göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Sonuç doğrultusunda farklılık vardır.

Tablo 13. Araştırmaya katılanların eğitim durumları ile Kapadokya’nın gastronomik unsurları hakkındaki algılarına ilişkin farklılığın anova testi sonuçları

Eğitim Durumu	Grup İstatistiği			Test İstatistiği		
	N	Ort.	s.s.	F	P	Tukey HSD
İlköğretim ^a	25	3,30	0,80	4,174	0,00	 ile a ve b
Lise ^b	132	3,50	0,67			
Üniversite ^c	182	3,65	0,63			
Lisansüstü []	71	3,75	0,68			

Tablo 13’de araştırmaya katılanların eğitim seviyeleri ile Kapadokya’nın gastronomi unsurları hakkındaki algıları arasında bir farklılığın olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi sonucunda, katılımcıların Kapadokya’nın gastronomik unsurları hakkındaki algıları ile eğitim seviyeleri arasında anlamlı farklılığın olduğu belirlenmiştir ($p<0,05$). Farklılığın kaynağını belirlemeye yönelik yapılan Tukey testi sonucuna göre; lisansüstü mezunu katılımcıların, Kapadokya’nın gastronomik unsurları hakkındaki algıları ilköğretim ve lise eğitim düzeyi gruplarına göre daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 14. Araştırmaya katılanların gelir durumları ile Kapadokya’nın gastronomik unsurları hakkındaki algılarına ilişkin farklılığın anova testi sonuçları

Gelir Durumu	Grup İstatistiği			Test İstatistiği		
	N	Ort.	s.s.	F	P	Tukey HSD
1500 TL’den az ^a	71	3,56	0,72	1,195	0,31	-----
1501-2500 TL ^b	120	3,61	0,59			
2501-3500 TL ^c	87	3,71	0,70			
3501- 4500 TL []	88	3,50	0,65			
4501 TL’den fazla ^d	44	3,56	0,76			

Araştırmaya katılanların gelir durumlarına ile Kapadokya’nın gastronomik unsurları hakkındaki algılarının farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere tek yönlü

varyans analizi (ANOVA) testi uygulanmış ve Tablo 14’de analiz sonuçları verilmiştir. Analiz sonucuna göre 0,31 ($p<0,05$) anlamlılık düzeyi ile katılımcıların gelir durumları ile Kapadokya’nın gastronomik unsurları hakkındaki algıları arasında anlamlı farklılık belirlenememiştir.

Tablo 15. Araştırmaya katılanların yerli-yabancı olma durumları ile Kapadokya’nın gastronomik unsurları hakkındaki algılarına ilişkin farklılığın t-testi sonuçları

	Grup İstatistiği			Test İstatistiği	
	N	Ort.	S.S.	T	P
Yerli	178	3,64	0,81	1,248	0,21
Yabancı	132	3,56	0,55		

Araştırmaya katılanların yerli-yabancı olma durumlarına göre Kapadokya’nın gastronomik unsurları hakkındaki algılarının farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere t-testi uygulanmış ve sonuçları Tablo 15’te aktarılmıştır, verilere göre araştırmaya katılanların yerli ya da yabancı olmaları Kapadokya’nın gastronomik unsurları hakkındaki algılarında farklılık oluşturmadığı belirlenmiştir ($p=0,21$).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, Kapadokya bölgesini ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin, Kapadokya’nın gastronomik unsurları hakkındaki algıları ile turistlerin kişisel özellikleri arasında farklılığın olup olmadığı ölçülmüş ve elde edilen veriler değerlendirilerek faydalı olacağı düşünülen öneriler sunulmuştur.

Araştırmanın örneklemini Kapadokya Bölgesi’ni ziyaret eden, 410 yerli ve yabancı turistler oluşturmaktadır. Araştırma verileri, araştırmacı tarafından geliştirilen anket formu ile elde edilmiştir. Araştırma kapsamına alınan turistlerin sosyo demografik özellikleri genel olarak incelendiğinde, araştırmaya katılan Kapadokya’daki turistlerin cinsiyete göre dağılımları birbirine yakın orandadır.

Katılımcıların cinsiyetleri ile Kapadokya’nın gastronomik unsurları hakkındaki algılarına ilişkin görüşleri arasında farklılığın olmadığı, her iki cinsin de gastronomi algılarının benzer olduğu belirlenmiştir. 45-64 yaş grubunda yer alan katılımcıların

Kapadokya'nın gastronomik unsurları hakkındaki algılarının 15-24 yaş grubunda yer alan katılımcılara oranla daha yüksek olduğu ifade edilebilir. Elde edilen bu bulgu yaş seviyesi ile Kapadokya'nın gastronomik unsurları hakkındaki algıları arasında farkın olduğunu ortaya koymuştur.

Araştırmaya katılanların büyük bir çoğunluğu ön lisans veya lisans mezunudur. Bu katılımcıların büyük bir çoğunluğunun üniversite mezunu olduğunu göstermektedir.

Araştırmaya katılanların gelir seviyelerine bakıldığında çoğunluğun 1500-2500 TL gelire sahip olduğu görülmektedir. Yabancı misafirler için USD (Amerikan Doları) değeri alınmıştır. Çoğunlukla orta gelir seviyesindeki misafirlerin Kapadokya bölgesini tercih ettiği tespit edilmiştir.

Araştırma katılımcılarının çoğunluğunu yabancı turistler oluşturmaktadır. Bu durum bölgenin yabancı turistler açısından da sıklıkla tercih edildiğini göstermektedir. Yine katılımcıların bölgede yaptıkları konaklamalar süre açısından incelendiğinde; katılımcıların büyük oranda 3 gün ve üzeri konaklama yaptıkları belirlenmiştir. Elde edilen bu durum bölgede yapılan konaklama sürelerinin artmaya başladığının göstergesidir. Çünkü bölgede meydana gelen konaklama sürelerinin artması özel ilgi kapsamında değerlendirilecek turizm çeşitliliğinin de gelişmesine katkı sağlayabilecektir.

Araştırmaya katılan katılımcıların geliş nedenleri incelendiğinde, bölgeye gelme nedenleri arasında ilk sırada dinlenme ve eğlenme amacı yer almaktadır. İkinci sırada ise tarihi eser ve tarihi mekânların ziyaretleri gelmektedir. İş-ticaret, arkadaş ve akraba ziyaretleri, sağlık amacıyla ziyaret, gastronomi ziyaretleri, eğitim ve inanç amacıyla seyahatlere rastlansa da bu seyahatler yüksek bir paya sahip değillerdir. Elde edilen bu sonuçlar bölge ziyaretlerinde gezi ve eğlenme amacının yoğunlukta olduğunu göstermektedir. Gezi ve eğlence amaçlı yapılan seyahatlerin içerisine gastronomik değerlerin eklenmesi Kapadokya'daki gastronomi turizminin gelişmesine katkı sağlayabilir.

Evli katılımcıların Kapadokya'nın gastronomik unsurları hakkındaki algılarının bekâr katılımcılara oranla daha yüksek olduğu ifade edilebilir. Elde edilen bu bulgu aileleri ile seyahat eden evli bireylerin Kapadokya'nın gastronomik unsurları hakkındaki algılarının daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur.

Araştırma, katılımcıların eğitim seviyesi ile Kapadokya'nın gastronomi unsurları hakkındaki algıları arasında farklılığın olduğunu ortaya koymuştur. Bulgulara bakıldığında, lisansüstü eğitim seviyesine sahip katılımcıların ilköğretim ve lise mezunlarına oranla Kapadokya'nın gastronomi unsurları hakkındaki algılarının daha yüksek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların yerli-yabancı olma durumları ile Kapadokya'nın gastronomik unsurları hakkındaki algıları arasında farklılığın olmadığı belirlenmiştir. Kapadokya bölgesini ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin yerel yiyecek ve içeceklerle ilişkin algıları incelendiğinde; turistlerin “Kapadokya'nın geleneksel yemekleri arasında “çömlekte kuru fasulye” en çok bilinen yemektir”, “Yöresel tatlılarda pekmez ve kurutulmuş meyveler sıklıkla kullanılmaktadır”, “Kapadokya'yı ziyaret etmeden önce, yerel mutfak hakkında bilgi sahibiyim” ifadelerine verdikleri cevapların çoğunlukla “katılmıyorum” veya “kesinlikle katılmıyorum” olduğu görülmektedir. Diğer taraftan, “Genel olarak, Kapadokya'da yediğim yerel yemekleri beğendim”, “Kapadokya'da yediğim yemekler yöre kültürünü yansıtıyor” ifadelerine verdikleri cevaplar çoğunlukla “katılıyorum” veya “kesinlikle katılıyorum” şeklinde olmuştur. Bu durum yerel lezzetleri beğendikleri ve bölgenin gastronomi kültürünü yansıttığı sonucunu ortaya koymaktadır.

Bu sonuçlar doğrultusunda Kapadokya bölgesini ziyaret eden turistlerin yöresel mutfak konusunda yeterince bilgisi olmadığı tespit edilmiştir.

Bu doğrultu da yöresel yemeklerin tanıtımı için İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve yerel yönetimler ile görüşülerek bir strateji belirlenebilir. Bölgede faaliyet gösteren turizm işletmeleri ile ortak projeler geliştirilebilir. Yöresel yemeklerin özgün reçetelerini bulmak amacıyla araştırmalar yapılabilir.

Nevşehir İl Kùltür ve Turizm Mùdùrlùğü ile yerel yònetimlere ait web sitelerinde, yòresel gastronomi ile ilgili bir bilgiler, gerek detaylı yazı gerekse gòrsellerle desteklenmelidir. Yòresel yemekleri tanıtan kitaplar, dergiler basılabilir, broşürler hazırlanabilir. Yine, yayınlar sadece Türkçe olarak değil aynı zamanda diğer dillerde de sunularak yelpaze genişletilebilir. Reklamlarda ve tanıtımlarda yòresel yemeklerin ön plana çıkartılması, yòresel yemek sunan işletme sayısının arttırılması yararlı olabilir.

Ulusal ve Uluslararası fuarlarda ve festivallerde (EMİTT Fuarı, Yòrex–Yòresel Ürünler Fuarı vb.) bölgenin mutfağını ön plana çıkararak, ikramlar yapılması ve yiyecek–içeceklerin hazırlanışının da uygulamalı olarak katılımcılara gösterilmesi ile daha akılda kalıcı bir tanıtım yapılmış olacaktır. Kapadokya bölgesinde yòresel yemekleri araştıran birimler oluşturularak kaybolan ya da unutulmuş lezzetlerin tekrar hatırlanması sağlanabilir. Kapadokya'yı ziyaret eden turistler ile ilişkili olan profesyonel turist rehberleri için Kapadokya'nın gastronomik unsurları ile ilgili eğitim programları düzenlenebilir. Ayrıca, turist rehberleri, bölgeye gelen turistlere yòresel yemekleri tatmaları konusunda tavsiyelerde bulunabilirler.

Kaynakça

- Akgöl, Y. (2012). Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi, Mersin: Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana bilim Dalı; Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Akgöz, E. (2014). Yenilik Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirmesi ve Kurban Bayramı Örneği, Selcuk University Journal of Institute of Social Sciences Volume: 31, 2014, p. 1-12.
- Alpar, R., (2016). Spor, sağlık ve eğitim bilimlerinden örneklerle uygulamalı istatistik ve geçerlilik-güvenirlilik, *Detay Yayıncılık*, Dördüncü Baskı. Ankara.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., Engin, S., (2012). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı (Sakarya Yayıncılık, Sakarya).
- Aslan. Z., Güneren, E. Çoban, G. (2014), Destinasyon Markalaşma Sürecinde Yöresel Mutfağın Rolü: Nevşehir Örneği, The Role of Local Cuisine in the Process of Destination Branding: Case of Nevşehir, (Journal of Gastronomy and Tourism Studies), ISSN: 2147-8775 (Volume 2, Issue 4).
- Atacan, V., (Editör), (2011). (t.y.). 81 İlin Yöresel Yemekleri. Ankara: TDV Yayın Mat.
- Bayer, MZ. (1992). Turizme Giriş, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını, Sayı: 253, İstanbul.
- Baysal, A., Küçükaslan, N. (2007). Beslenme ilkeleri ve Menü Planlaması. Bursa, Ekin Basım Yayın Dağıtım 2(6).
- Bekar, A., Kılıç, B. (2014). Turistlerin Gelir Düzeylerine Göre Destinasyondaki Gastronomi Turizmi Etkinliklerine Katılımları, Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi 4 (1): 19-26.
- Bekâr, A. Z. Belpınar A. (2015). Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Görüşlerinin Milliyetlerine Göre Değerlendirilmesi, The Evaluation of Tourist Opinions on Gastronomy Tourism in Terms of Their Nationalities, Dergi Park (E-Journal of Yaşar University), 10(38) 6478-6554.
- Belpınar, A. (2014) Gastronomi Turizmine Yönelik turist görüşlerinin kültürlerarası karşılaştırılması. Kapadokya Örneği. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Bonow, M., Rytönen, P. (2012). Gastronomy and Tourism as a Regional Development Tool- the Case of Jamat and Advances in Food, Hospitality And Tourism, 2(1).

- Bucak, T., (2013).Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Türkiye’de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme, BalıkesirUniversity The Journal of Social Sciences Institute Volume: 16 - Number: 30, December 2013.
- Buyruk, L., vd. (2017).Gastronomi Turizmi Ögesi Olarak Yozgat Testi Kebabı Ve Kapadokya Turizm Bölgesindeki Yiyecek İçecek İşletmelerinde Testi Kebabı Uygulamalarına Dair Eleştirel Bir Yaklaşım, II. Uluslararası Bozok Sempozyumu, Yozgat.
- Cooper, M., Erfurt, P.J. (2002).Volcanic Tourism – Geo-Resources for Leisure and Recreation, London.
- Çağlı, I. B. (2012). Türkiye’de yerel kültürün turizm odaklı kalkınmadaki rolü: Gastronomi turizmi örneği, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Fen Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çevik, S., Saçılık, M. Y. (2011). Destinasyonun Rekabet Avantajı Elde Etmesinde Gastronomi Turizminin Rolü: Erdek Örneği, 12. Ulusal Turizm Kongresi, 30 Kasım-4 Aralık 2011, 503-515.
- Çoşkun, Asu Y. (2001). Coğrafi İşaretler, Türk Patent Enstitüsü Uzmanlık Tezi, Ankara, Ocak, 2001.
- Demir İ., Başbüyük O., Büker H., Demir O. Ö., Demir S., Demirci S., Dolu O., Durna T., Gürer C., Karakuş Ö., Köksal T., Köseli M., Özdoğan A., Sevinç B., (2009), Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri (Alfa Basım Yayım, İstanbul).
- Gillespie, C., Cousins J. A.(2001). “European Gastronomy Into the 21st Century”, Butterworth- Heinemann.
- Gülyaz, M. E. (2012). Dünya Mirasında Kapadokya, Digital Dünyası, İstanbul.
- Güldemir, O., Işık, N., (16-19 Kasım 2011). Nevşehir Mutfak Kültürü ve Yemekleri.1. Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu, Nevşehir Üniversitesi, Nevşehir, 6. Cilt. Ankara: Grafiker Yayıncılık, s. 151-176.
- Göncü, A.T., Hayta, M., (2010). Geleneksel Nevşehir Köftürü Üretimi. 1. Uluslararası “Adriyatik’ten Kafkaslar’a Geleneksel Gıdalar” Sempozyumu. 15-17 Nisan 2010, Tekirdağ.
- Gürbüz, S., 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., Mitchell, R.(2000). Wine Tourism in the Mediterranean: A Tool for Restructuring and Developmentll, Thunderbird International Business Review, (42), 445- 465.

- Hall, C. M., Mitchell, R.(2001).Wine and food tourism. In Special Interest Tourism: Context and Cases (Douglas, N., Douglas, N. and Derrett, R.), pp. 307-329, Wiley.
- Hall, C. Michael., Sharples, L. (2003).The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste in food tourism around the world. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Hatipoğlu, A. (2010). İnançların Gastronomi Üzerine Etkileri: Bodrum'daki 5 Yıldızlı Otellerin Mutfak Yöneticilerinin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Henderson, Joan C (2009). Food Tourism Reviewed, British Food Journal, Cilt: 111, Sayı: 4, ss: 317-326.
- Hjalager, A. M. (2002). A typology of gastronomy tourism. In A. M. Hjalager & G. Richards (Eds.), Tourism and gastronomy (pp. 21-35). London: Routledge.
- Hjalager, A., Corigliano, A. (2000). Food for Tourists-Determinants of an Image. International Journal Tourism Research, 2(4), 281-293.
- İnce, M. (2004). Nevşehir Yöresinde Yemek Kültürü.(Yayımlanmamış alan çalışması). Konya: Selçuk Üniversitesi, Aile Ekonomisi ve Beslenme Eğitimi Bilim Dalı.
- Karagöz, Y. (2016). SPSS ve AMOS 23 Uygulamalı İstatistiksel Analizler. Ankara: Nobel.
- Kargılioğlu, Ş. (2015). Gaziantep' te Gastronomi Turizmi: Gaziantep' te Gastronomi Turizmi kapsamında ziyaret eden yerli turistlerin görüşleri üzerine bir araştırma. İzmir: Kâtip Çelebi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Karim, A. S., Chi, C. G. Q. (2010). "Culinary Tourism as a Destination Attraction: An Empirical Examination of Destinations Food Image", Journal of Hospitality Marketing Management, 19(6), 531-555.
- Kesici, M. (2012). Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14 (23) ss. 33-37.
- Kivela, J., Crofts J.C., (2006). Tourism And Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. Journal of Hospitality and Tourism Research 30:354-77.
- Kivela, J., Chu, CYH. (2001). delivering quality service: Diagnosing favorable and unfavorable service encounters in restaurants. Journal of Hospitality and Tourism Research, 25(3), 251-271.
- Kurgun, H., Bağırın ÖD. (2016). Gastronomi ve Turizm (Kavramlar – Uygulamalar – Uluslararası Mutfaklar – Reçeteler) Detay Yayıncılık, Ankara.
- Long, L. (2003). 'Culinary Tourism', Lexington. ABD: The University Press of Kentucky.

- McKercher, B., Okumus, F., Okumus, B., (2008). Food Tourism as a Viable Market Segment: It's All How You Cook the Numbers! *Journal of travel & tourism marketing* (Volume 2, Issue 25).
- Mitchell, R. & Hall, M. C. (2003). Consuming tourist: Food tourism consumer behaviour. In M. C. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis & B. Cambourne (Eds.), *Food tourism around the world: Development, management and markets*. Oxford and Burlington: Butterworth-Heinemann, 60-80.
- Narin, Y (2001). Nevşehir Yöresinde Yemek Kültürü. (Yayımlanmamış alan çalışması). Konya: Selçuk Üniversitesi, Aile Ekonomisi ve Beslenme Eğitimi Bilim Dalı.
- Öney, H. (2013). Gastronomi turizmi. *Alternatif Turizm, Bahçe, S. (Ed.), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayınları*.
- Orel, F., Yavuz, M. (2013). Mardin’de Rekreatif Turizmde Müşteri Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Pilot Çalışma, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 11, 2013*.
- Orel, F. D., Yavuz, M. C. (2003). Rekreatif Turizmde Müşteri Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Pilot Çalışma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11 (11)*.
- Ranta, R. (2015). Food and nationalism: From foie grass to hummus, *World Policy Journal, 33-40*
- Richards, G. (2002). “Gastronomy: An Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption Tourism and Gastronomy”, London: Routledge.
- Santich, B. (2004). The Study of Gastronomy and Its Relevance to Hospitality Education and Training Department of History, Graduate Program in Gastronomy, Hospitality Management 23, 15–24. The University of Adelaide, Adelaide, SA 5005, Australia.
- Sarıışık, M. (2016) Uluslararası Gastronomi (Temel Özellikler - Örnek Menüler – Reçeteler) Detay Yayıncılık, Ankara.
- Scarpato, R. (2002). “Gastronomy As A Tourist Product: The Perspective Of Gastronomy Studies”, *Tourism And Gastronomy, Edit. Anne-Mette Hjalager, Greg Richards, London, Routledge, 93*.
- Soner, F. (2013) Gastronomy Tourism: A solution for small cities marketing and regional development, Submitted to the Graduate Institute of Social Sciences In partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Integrated Marketing Communication Management, Yeditepe University, Institute of Social Sciences.
- Şahin Zeki, Ş. (2016). Turizmde Gastronomi Ürününün Çeşitlendirme Stratejisi Olarak Kullanımı: Hatay Örneği, Gazi Üniversitesi, Doktora Tezi.

- Tabachnick, B.G., Fidell, L.S. (2012) Using Multivariate Statistics. 6 th Edition, Person Education, Boston.
- TÜRSAB (2015), Gastronomi turizmi raporu, AR-GE Departmanı, www.tursab.org adresinden erişilmiştir.
- Tosun, C., Bilim, Y. (2004). “Hatay’ın Turistik Bir Şehir Olarak Pazarlanması”, Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, 15-16 Nisan 2004, s. 269-288.
- Uyar, H., Zengin, B. (2015). Gastronomi Turizminin Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Değerlendirilmesi Bağlamında Gastronomi Turizm İndeksinin Oluşturulması, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 3, Sayı: 17, Eylül 2015, S. 355-376.
- Ünlü, D., Dönmez Doğan, M. (2008). ‘Mutfakta yenilik: Moleküler Gastronomi’, II. Ulusal Gastronomi Sempozyumu. Antalya.
- Wolf, E. (2006). Culinary Tourism the Hidden Harvest. Abd-Lowa: Kendall/Hunt Publishing Company.
- Quan, S., Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. Cilt: 25, Sayı: 3, ss. 297- 30.
- Yarış, A. (2014). Mardin’de Gastronomi Turizmi: Turist Görüşlerine İlişkin Bir Uygulama, Mardin Artuklu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Gastronomi Turizmi Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Yazıcıoğlu, Y., Erdoğan, S. (2007). SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yılmaz, H. (2016). Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Yüncü, H. (2010). Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yayıncılık. 10. Aybastı-Kabataş Kurultayı.
- Academia (2018). http://www.academia.edu/1210031/Destinasyonun_Rekabet_Avantaj%C4%B1_Elde_Etmesinde_Gastronomi_Turizminin_Rol%C3%BC_Erdek_%C3%96rne%C4%9Fi (16.05.2018).
- Auguste Escoffier (2018). <https://www.facebook.com/pages/AugusteEscoffier/159754407418729?fref=ts&rf=111884885496327> (18.07.2018).
- Futurebrand (2018). <https://www.futurebrand.com> (01.02.2018).
- Güçlü F. Hak gazetesi (2018). <http://www.hakgazetesi.net/yazarlar/doc-dr-faruk-guclu/kapadokya-bolgesi-uzumleri/188/> (Erişim Tarihi: 01.07.2018).
- Hospitality net (2018). <http://www.hospitalitynet.org/organization/17001427.html>

(01.06.2018).

1organik (2018). <https://www.1organik.com/sira-nasil-yapilir-uzum-sirasi-tarifi.html>
(01.07.201).

Journal of Gastronomy and Tourism (2018). <https://www.cognizantcommunication.com/journal-titles/journal-of-gastronomy-and-tourism> (16.07.2018).

Klasik Zaman Word press (2018). <https://klasikzaman.wordpress.com/2016/03/12/bir-gurme-onerisi-kapadokya-saraplari/> (01.07.2018).

Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2018). <http://www.kultur.gov.tr/TR,96683/il-kultur-turizm-mudurlukleri-internetsiteleri.html> (20.01.2018).

Küresel Yemek Raporu (2012). <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/amreports4-food-tourism.pdf>. Küresel Yemek Raporu, 2012, s. 6-15. (16.07.2018).

Karabat (2014). <https://arastirma.tarimorman.gov.tr/manisabagcilik/Belgeler/genelbagcilik/DUNYA%20VE%20TURKIYE%20BAGCILIGI%20SELCEK%20KARABAT.pdf>
(01.07.2018).

Lang Research (2001) Canada Ministry of Tourism and Culture, <http://www.mtc.gov.on.ca/en/research/travelactivities/wine.pdf> (12.04.2018).

Nevşehir Belediyesi(2018).[http://www.nevsehir.bel.tr/articledetails.php?ID=3497:kapadokya-tarihi &catid=15](http://www.nevsehir.bel.tr/articledetails.php?ID=3497:kapadokya-tarihi&catid=15) (Erişim Tarihi: 14.05.2018).

Nevşehir Ticaret ve Sanayi Odası (2018).<http://www.ntso.org.tr/nevsehir/nevsehirtarihi>
(16.02.2018).

Nevşehir Valiliği (2018).<http://www.nevsehir.gov.tr/kurumlar/nevsehir.gov.tr/ilimizrehber/turizm2.pdf> (06.04.2018).

Resmitatiller (2018).<http://resmitatiller.net/nevsehir-festival-ve-etkinlik-takvimi/>
(03.05.2018).

Secretturkey (2018).<http://secreturkey.com/category/nesi-meshur>(Erişim Tarihi:11.02.2018).

Serkanince (2018).<https://www.serkanince.com/2017/03/unesco-gastronomi-sehirleri-listesi.html> (02.07.2018).

TUİK (2018).<http://www.tuik.gov.tr/> (06.04.2018).

The Wine Paper (2018).<https://winebusinesssolutions.com.au/wp-content/uploads/2015/08/The-Wine-Paper-31-Jul-2014.pdf> (14.04.2018).

UNESCO (2018). <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creativeindustries/creative-cities-network/gastronomy/> (05.04.2018).

UNESCO(2018).<http://www.unesco.org.tr/Pages/126/123/UNESCO%C4%B1n1%C4%9F%C4%B1n-Somut-Olmayan-K%C3%BClt%C3%BCrel-Miras%C4%B1-Temsili-Listesi> (12.05.2018).

Kaynak Kişiler

Derya Yıldız, 1978 doğumlu, İlkokul mezunu, 16.06.2018.

Hülya Üstelik 1972 doğumlu, İlkokul mezunu, 05.06.2018.

Gülizar Kaçmaz, 1952 doğumlu, İlkokul mezunu, 10.05.2018.

Gülüşen Yorgancı, 1948 doğumlu, İlkokul mezunu, 05.05.2018.

Sevda Sönmez, 1974 doğumlu, Ortaokul mezunu, 02.06.2018.

Tatlı Karayılan, 1969 doğumlu, İlkokul mezunu, 15.05.2018.

EKLER

Ek. 1. Anket Formu

ANKET FORMU

KAPADOKYA BÖLGESİNİ ZİYARET EDEN TURİSTLERİN KAPADOKYA'NIN GASTRONOMİK UNSURLARI HAKKINDAKİ ALGILARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Sayın Ziyaretçi,

Bu anket Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı bünyesinde yürütülmekte olan tez çalışması kapsamında hazırlanmıştır. Anket çalışmasında Kapadokya Bölgesini Ziyaret Eden Turistlerin, Gastronomi Turizmi ve Kapadokya'daki Gastronomi/yerel mutfak deneyimlerine ilişkin algılarını ölçmek için bazı ifadeler yer verilmiştir. Toplanan veriler yalnızca bilimsel amaçlı olup **AD / SOYAD** yazmanıza gerek yoktur. Söz konusu ifadeler için en uygun seçeneği içeren kutucuğu işaretlemeniz ve boş ifadeler bırakmamaya çalışmanız doğru sonuca ulaşmamızda büyük katkı sağlayacaktır. Değerli vaktiniz için çok teşekkür ederiz.

Doç. Dr. Lütfi Buyruk
Danışman

Bülent Yorgancı
Yüksek Lisans Öğrencisi

Lütfen aşağıdaki sorularda size uygun olan seçeneği işaretleyiniz.

1. BÖLÜM (DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLERE İLİŞKİN SORULAR)

1. Yaşınız

15-24 () 25-34 () 35-44 () 45-64 () 65 ve Üzeri ()

2. Cinsiyetiniz

Kadın () Erkek ()

3. Medeni durumunuz

Bekar () Evli ()

4. Eğitim durumunuz

İlköğretim () Lise () Önlisans veya Lisans () Lisansüstü ()

5. Aylık Gelir durumunuz

1500 TL'den az () 1501-2500 TL () 2501-3500 TL () 3501-4500 TL ()
4501 TL'den fazla ()

6. Kapadokya' da Konaklama Süreniz

Günübirlik () 1 Gece () 2 Gece () 3 Gece ve Üzeri ()

7. Kapadokya ziyaretinizin (tatilinizin) öncelikli amacı nedir? (Sadece Birini İşaretleyiniz)

Dinlenme/Eğlenme () İş/Ticaret () Akraba/Arkadaş Ziyareti ()
Sağlık/Tedavi () Eğitim () Alışveriş () Tarihi Eserler/Mekânlar ()
İnanç/Din () Mutfak Kültürü/Gastronomi () Toplantı/Konferans () Diğer ()

Lütfen aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi, yan tarafta bulunan kutucuklardan uygun olanını biçiminde işaretleyerek belirtiniz.

2. BÖLÜM (GASTRONOMİ TURİZMİNE İLİŞKİN İFADELER)	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.Yiyecek ve içecek konularında bilgi, birikim ve tecrübem vardır.					
2.Ziyaret ettiğim yörelerin, yerel yiyecek ve içeceklerini yakından tanımak isterim.					
3.Ziyaret ettiğim yörelerde, farklı yemeklerin servis edildiği yerel restoranlarda yemek yerim.					
4.Ziyaret ettiğim yörelerde yerel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi veriyor.					
5.Ziyaret ettiğim yörelerde, yerel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmak, insana otantik bir hava veriyor.					
6.Ziyaret ettiğim yörelerde, yerel yiyecek- içecekleri mutlaka tadarım.					
7.Ziyaret ettiğim yörelerde, yerel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum.					
8.Ziyaret edeceğim tatil yerini seçmemde yöresel mutfak kültürü benim için önemli bir etkidir					
9.Ziyaret ettiğim yerlerde, yöresel/yerel tatlar bulmak isterim.					
10.Tatil dönüşü evime götürmek için yöreye özgü ürünleri ve yöresel mutfak ekipmanları satın alırım.					
11.Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel reçetelerin bulunduğu yemek kitapları satın alırım.					

3. BÖLÜM (KAPADOKYA'DAKİ GASTRONOMİK ALGILARINA İLİŞKİN İFADELER	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.Kapadokya'nın geleneksel yemekleri arasında “çömlekte kuru fasulye” en çok bilinen yemektir.					
2.'Testi kebabı' nın yöre mutfağıyla özdeşleşmiş bir yemek olduğu gerçektir.					
3.Yöresel tatlılarda “pekmez” ve kurutulmuş meyveler sıklıkla kullanılmaktadır.					
4.Kapadokya'yı ziyaret etmeden önce, yerel mutfağı hakkında bilgi sahibiydim.					
5.Genel olarak, Kapadokya' da yediğim yerel yemekleri beğendim.					
6.Kapadokya' da yediğim yemekler yöre kültürünü yansıtıyor.					
7.Kapadokya' da yemek yediğim mekanlardan memnun kaldım.					
8.Kapadokya' da yemek yediğim mekanlarda, yerel ambiyans /atmosfer vardır.					
9.Kapadokya' da yemek yediğim mekanlarda fiyat – kalite dengesi beklentilerimi karşıladı.					
10.Kapadokya mutfağı zengin ürün çeşitliliği sunmaktadır.					
11.Kapadokya'daki yiyecek–içecek işletmeleri yerel mimariyi yansıtmaktadır.					
12. Kapadokya'ya gelmeden önce yöresel şarapların ününü duydum.					
13.Kapadokya'nın yöresel yemeklerini çevreme tavsiye edeceğim.					
14.Kapadokya'nın yöresel yiyecek–içecek kültürünü öğrendiğimi düşünüyorum.					
15.Kapadokya' da yöresel mutfak kültürü yeteri kadar tanıtılıyor.					
16.Kapadokya'nın yöresel mutfağının yeterince bilindiğini düşünüyorum.					
17.Kapadokya'yı yöresel mutfak deneyimi için tekrar ziyaret ederim.					

Anketimiz sona ermiştir. Katkılarınız için çok teşekkürler.

SURVEY FORM

A RESEARCH ON THE PERCEPTIONS OF TOURISTS VISITING THE CAPPADOCIA REGION ABOUT THE GASTRONOMIC FEATURES OF CAPPADOCIA

Dear Guest,

This questionnaire was prepared within the scope of the thesis study being carried out at Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Institute of Social Sciences, Department of Tourism Management. In the questionnaire, some expressions were given to measure perceptions of tourists visiting Cappadocia, gastronomic tourism and gastronomy/local cuisine experiences in Cappadocia. The collected data are for scientific purposes only and you do not need to write NAME / SURNAME. Please mark the box containing the most appropriate option for the expressions and try not to leave the expressions blank, it will be a big help to reach the right result. Thank you very much for your valuable time.

Assoc. Prof. Dr. Lütfi Buyruk
Consultant

Bülent Yorgancı
Graduate Student

Please check the option below for the following questions.

PART 1 (QUESTIONS REGARDING DEMOGRAPHIC VARIABLES)

1. What is your age?

15-24 yrs old () 25-34 yrs old () 35-44 yrs old () 45-64 yrs old ()
65 yrs old and over ()

2. What is your gender?

Female () Male ()

3. What is your marital status?

Single () Married ()

4. What is the highest degree or level of school you have completed?

Elementary School () High School () Associate or Bachelor's Degree ()
Master's Degree ()

5. How much is your monthly income? (Average)

Less than 1500 \$ () 1501-2500 \$ () 2501-3500 \$ () 3501-4500 \$ ()
More than 4501 \$ ()

6. How many days do you have in Cappadocia?

Daily Visit () 1 Night () 2 Nights () 3 Nights and
more ()

6. What is the priority of your visit to Cappadocia? (Mark Only One)

Recreation / entertainment () Business / Commerce () Relative / Friend Visit
() Health / Treatment () Education () Shopping () Historical Works /
Places () Faith / Religion () Culinary / Gastronomy () Meetings /
Conferences () Others ()

Please indicate your participation in the following statements by marking in the appropriate boxes next to each one.

PART 2 (GASTRONOMY TOURISM FUNDAMENTALS)	Strongly Disagree	Disagree	Unstable	Agree	Strongly Agree
1. I have knowledge, background and experience about food and beverage issues.					
2. I would like to get to know the local foods and drinks of the regions I visit.					
3. I eat at local restaurants where different meals are served in the regions I visit.					
4. Local food and drinks tell me about the culture of the local people in the regions I visit.					
5. Tasting the local food and drinks in the local places I visit gives an authentic atmosphere to the people.					
6. In the regions I visit, I always try to taste local food and drinks.					
7. The variety of food and drink in local cuisine is more I think, in the regions I visit.					
8. Local culinary culture is an important influence for me when I choose a holiday place to visit.					
9. Where I visit, I would like to find regional / local flavors.					
10. I buy local products and local kitchen equipments to take home when on holiday.					
11. I buy cook books with local prescriptions to take home when on holiday.					

PART 3 (STATEMENTS RELATED TO GASTRONOMIC PERCEPTIONS IN CAPPADOCIA)	Strongly Disagree	Disagree	Unstable	Agree	Strongly Agree
1. Among the traditional meals of Cappadocia, "dry beans in a pot" is the most well-known dish.					
2. It is a fact that "Testi kebabi" is a meal identified with local cuisine.					
3. In local desserts grape molasses (pekmez) and dried fruits are frequently used.					
4. Before visiting Cappadocia, I had information about the local cuisine.					
5. Overall, I liked the local food I had in Cappadocia.					
6. The dishes I eat in Cappadocia reflect the local culture.					
7. I was satisfied with the places I ate in Cappadocia.					
8. There are local ambiance / atmosphere in the places where I eat in Cappadocia.					
9. In Cappadocia where I ate meals, My expectations of price and quality were met.					
10. Cappadocian cuisine offers a rich variety of products.					
11. The food&beverage restaurants/bars in Cappadocia reflect local architecture.					
12. Before I came to Cappadocia I heard about the famous local wine.					
13. I will recommend the local food of Cappadocia to people around me.					
14. I think that I have learned the local food culture of Cappadocia.					
15. In Cappadocia, local culinary culture is introduced as much as possible.					
16. I think that the local cuisine of Cappadocia is well known.					
17. I'll visit Cappadocia again for a local culinary experience.					

Our survey has ended. Thank you very much for your contribution.

ÖZ GEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı-Soyadı: Bülent YORGANCI

Uyruğu: T.C.

Doğum Yeri ve Tarihi: Avanos / 13.09.1976

Tel: +90 542 328 37 81

E-posta: bulentyor@yahoo.com

Yazışma Adresi: Üniversite TOKİ Evleri 2000 Evler Mah. 27.Sok.2C/2 D:26 - NEVŞEHİR

EĞİTİM

Derece	Kurum	Mezuniyet Tarihi
2,41 / 4	Adalet Meslek Yüksekokulu- Anadolu Üniversitesi	2018
3,30 / 4	USET - Turizm Rehberliği - Nevşehir Hacıbektaş Veli Üniversitesi	2017
67,36 / 100	Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi –Gazi Üniversitesi	1998
3,82 / 5	Anadolu Turizm ve Otelcilik Meslek Lisesi – Nevşehir	1994

İŞ DENEYİMLERİ

Yıl	Kurum	Görev
2017 -2018	Rising Balloon Travel Seyahat Acentesi (Göreme-Nevşehir)	Profesyonel Tur Rehberi, Rising Balloon Travel Agency-İş Ortağı
2016- 2017	Milli Eğitim Bakanlığı	İngilizce Öğretmenliği (Vekil)
2014- 2016	Kayakapı Premium Cave Hotel (Ürgüp- Nevşehir)	Halkla İlişkiler
2007- 2014	Royal Caribbean Cruise Line International (Miami -USA)	Shore Excursions Manager (Tur Müdürü)
2006- 2007	Royal Caribbean Cruise Line International (Miami-USA)	Asst. Shore Excursions Manager (Tur Müdürü Yrd.)
1999- 2006	Royal Caribbean Cruise Line International (Miami-USA)	F & B Department (Yiyecek & İçecek Departmanı)

YABANCI DİL

- İngilizce (Advanced)
- İspanyolca (İntermediate)

YAYINLAR

- Cihangir, İ., Yorgancı, B. (2018), Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Bağlamında Alternatif Bir Yöntem: “Gastro-Rehber” (An Alternative Method In The Context Of Sustainable Tourism: “Gastro-Guide”), Ankara Gastronomi Zirvesi.

