



**KIRSAL TURİZMDE GASTRONOMİK
UNSURLARIN KULLANILMASI
KAPADOKYA'DA BİR ÇALIŞMA**

Neriman DOĞAN

**Yüksek Lisans Tezi
Turizm işletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı
Doç.Dr. Gökalg Nuri SELÇUK
2018**

Her hakkı saklıdır

ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK ANA BİLİM DALI

Neriman DOĞAN

KIRSAL TURİZMDE GASTRONOMİK UNSURLARIN
KULLANILMASI KAPADOKYA'DA BİR ÇALIŞMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEZ YÖNETİCİSİ
Doç. Dr. Gökalg Nuri SELÇUK

ERZURUM- 2018



T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ BEYAN FORMU



06/09/2018

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

BİLDİRİM

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının ilgili maddelerine göre hazırlamış olduğum " KIRSAL TURİZMDE GASTRONOMİK UNSURLARIN KULLANILMASI - KAPADOKYA'DA BİR ÇALIŞMA" adlı tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder. tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

*Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim *.*

Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

Tezimin/Raporumun makale için **altı ay**, patent için **iki yıl** süreyle erişiminin ertelenmesini istiyorum.

06-09-2018
[Tarih ve İmza]

Neriman DEĞAN
[Öğrencinin Adı Soyadı]

* LİSANSÜSTÜ TEZLERİN ELEKTRONİK ORTAMDA TOPLANMASI, DÜZENLENMESİ VE ERİŞİME AÇILMASINA İLİŞKİN YÖNERGE

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Çeşitli ve Son Hükümler

Lisansüstü tezlerin erişime açılmasının ertelenmesi MADDE 6– (1) Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.

(2) Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.

Gizlilik dereceli tezler MADDE 7– (1) Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

(2) Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir. gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

F-83/00/22.12.2016



T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Doç.Dr. Gökalp N. SELÇUK danışmanlığında, Neriman DOĞAN tarafından hazırlanan bu çalışma 06/09/2018 tarihinde aşağıda isimleri yazılı jüri tarafından. Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Doç. Dr. Gökalp N. SELÇUK

İmza:

Jüri Üyesi : Dr. Öğr.Üyesi Erkan GÜNEŞ

İmza:

Jüri Üyesi : Dr. Öğr. Üyesi Salih YILDIZ

İmza:

Prof. Dr. Mehmet TÖRENEK
Enstitü Müdürü

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	IV
ABSTRACT.....	V
ŞEKİLLER DİZİNİ	VI
TABLolar DİZİNİ	VII

BİRİNCİ BÖLÜM**KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

1.1. TURİZMİN TANIMI	4
1.2. TURİSTİN TANIMI VE SINIFLANDIRILMASI	5
1.3. BAŞLICA TURİZM TÜRLERİ	8
1.3.1. Yayla Turizmi.....	8
1.3.2. Kırsal turizm.....	8
1.3.3. Kongre turizmi	9
1.3.4. İnanç Turizmi	9
1.3.5. Av Turizmi	10
1.3.6. Spor Turizmi.....	10
1.3.7. Kış Turizmi.....	11
1.3.8. Kültür Turizmi.....	12
1.3.9. Gastronomi Turizmi	12

İKİNCİ BÖLÜM**KIRSAL TURİZMİN ANALİZİ**

2.1. KIRSAL TURİZM TANIMI.....	13
2.2. KIRSAL TURİZM ETKİNLİKLERİ.....	13
2.3. KIRSAL TURİZMİN ETKİLERİ.....	15
2.3.1. Kırsal Turizmin Olumlu Etkileri	15
2.3.2. Kırsal Turizmin Olumsuz Etkileri.....	17
2.4. KIRSAL TURİZM UYGULAMALARI.....	18
2.4.1. Dünyadaki Kırsal Turizm Uygulamaları	19

2.4.2. Türkiye’de Kırsal Turizm Uygulamaları.....	22
2.5. KIRSAL TURİZMDE GASTRONOMİK UNSURLARIN KULLANIMI	25

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GASTRONOMİ VE KAPSAMI

3.1. GASTRONOMİNİN TANIMI.....	27
3.1.1. Üretim Boyutu ile Gastronomi	27
3.1.2. Tüketim Boyutu ile Gastronomi.....	27
3.1.3. Üretim ve Tüketim Boyutu ile Gastronomi.....	27
3.2. GASTRONOMİNİN TARİHÇESİ.....	28
3.3. GASTRONOMİNİN ÖNEMİ	30
3.4. GASTRONOMİNİN AMACI	32
3.5. GASTRONOMİ TURİZMİ	33
3.5.1. Gastronomi Turizminin Etkileri	33
3.6. DÜNYADA GASTRONOMİ TURİZMİ	34
3.7. TÜRKİYE’DE GASTRONOMİ TURİZMİ.....	38

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

KAPADOKYA BÖLGESİNE AİT GENEL BİLGİLER

4.1. KAPADOKYA BÖLGESİNİN TARİHİ	41
4.2. KAPADOKYA BÖLGESİNİN COĞRAFİ KONUMU VE YAPISI	41
4.3. KAPADOKYA BÖLGESİNİN İKLİM VE BİTKİ ÖRTÜSÜ.....	42
4.4. KAPADOKYA BÖLGESİNİN EKONOMİK YAPISI	44
4.5. KAPADOKYA BÖLGESİNİN KÜLTÜREL YAPISI	45
4.6. KAPADOKYA BÖLGESİNDE TURİZM.....	46
4.7. KAPADOKYA BÖLGESİNDE TURİZM TÜRLERİ	47
4.7.1. Doğa ve Kültür Turizmi	47
4.7.2. Balon Turizmi.....	49
4.7.3. İnanç Turizmi	50
4.7.4. El Sanatları	50
4.7.5. Atlı Turizm	50

4.7.6. Şarapçılık.....51

BEŞİNCİ BÖLÜM

KAPADOKYA BÖLGESİNDE KIRSAL TURİZMDE GASTRONOMİK UNSURLARIN İŞLETMELER TARAFINDAN KULLANILMA EĞİLİMİNE İLİŞKİN UYGULAMA

5.1. ARAŞTIRMANIN AMACI.....52
5.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ53
5.3. EVREN VE ÖRNEKLEM53
5.4. MÜLAKATIN HAZIRLANIŞI53
5.5. VERİ TOPLAMA SÜRECİ54
5.6. ANALİZ54
5.7. SINIRLILIK55
5.8. BULGULAR.....55

ALTINCI BÖLÜM

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

6.1. SONUÇLAR VE ÖNERİLER62

KAYNAKÇA71
EKLER.....83
ÖZGEÇMİŞ.....84

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**KIRSAL TURİZMDE GASTRONOMİK UNSURLARIN
KULLANILMASI KAPADOKYA'DA BİR ÇALIŞMA**

Neriman DOĞAN

Tez Danışmanı: Doç.Dr. Gökalp Nuri SELÇUK

2018, 84 sayfa

**Jüri: Doç. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK
Dr. Öğr. Üyesi Erkan GÜNEŞ
Dr. Öğr. Üyesi Salih YILDIZ**

Kırsal turizm ve gastronomi son yıllarda bölgesel kalkınmanın önemli bir parçası olmakla birlikte turizm sektöründe de alternatif bir alan oluşturmaktadır. Özellikle turizm faaliyetlerinin 12 aya yayılması açısından gastronomik unsurların kullanımı turizm sektöründe önem arz etmektedir.

Kapadokya bölgesinin gastronomi potansiyelinin ortaya konulması bu çalışmanın ana konusunu oluşturmaktadır. Çalışmada öncelikle kırsal turizm ve gastronomi turizmi hakkında bilgiler verilmiştir. Sonrasında Nevşehir ve Kapadokya bölgesinin kırsal ve gastronomik açıdan potansiyelleri incelenmiştir.

Son olarak kırsal turizm ve gastronomi açısından Kapadokya bölgesinin analiz sonuçlarına dayanarak turizmin geliştirilmesi için mevcut ve potansiyel değerlerin önemine dair bilgiler verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kırsal Kalkınma, Kırsal Turizm, Gastronomi, Kapadokya Bölgesi

ABSTRACT**MASTER THESIS****USE OF GASTRONOMIC ELEMENTS IN RURAL TOURISM
CAPPADOCIA: A CASE STUDY****Neriman DOĞAN****Advisor: Assoc. Prof. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK****2018, 84 Pages****Jüri: Assoc. Prof. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK****Assist. Prof. Dr. Erkan GÜNEŞ****Assist. Prof. Dr. Salih YILDIZ**

Rural tourism and gastronomy are considered to be significant parts of regional development in recent years that open up an alternative field for the tourism sector. In particular, the use of gastronomic elements is vital in terms of prolonging the tourism activities to a whole year.

The fundamental part of this study is dedicated to put forward the gastronomic potential of Cappadocian Region. In this study, we primarily give information regarding the rural and the gastronomic tourism. Afterwards, we examine the potential of the city of Nevşehir and Cappadocia Region with respect to its rural and gastronomic aspects.

Finally, we underline the importance of the present and the potential values to advance the tourism based on the analysis of Cappadocia Region in terms of the rural and the gastronomic tourism.

Keywords: Rural Development, Rural Tourism, Gastronomy, Cappadocia Region

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 3.1: Maslow'un İhtiyaçlar Teorisi (Koçel, 2003: 639).....	28
Şekil 4.1: Kapadokya İklim Grafiği	42
Şekil 4.2: Kapadokya Sıcaklık Grafiği.....	43



TABLolar DİZİNİ

Tablo 4.1: Kapadokya Dünya Miras Alanı İçinde Yer Alan Yerleşimler.....	46
Tablo 5.1: Katılımcıların Demografik Özellikleri	54
Tablo 6.1: Kapadokya Bölgesi'nin Tanıtımı İçin Katılım Sağlanan Fuarlar	68



GİRİŞ

Dünyadaki hızlı ekonomik, siyasal ve teknolojik gelişmelere paralel olarak, turizm sektörünün sağladığı faydaların fark edilmesiyle ülkeler arasında rekabet artmış, değişen istek ve ihtiyaçlar doğrultusunda uluslararası turizm hareketlerinde değişimler yaşanmış ve alternatif turizm türleri ortaya çıkmıştır. Bu alternatif turizm türlerinden kırsal turizm ve gastronomi turizmi sürdürülebilirlik yaklaşımlarından hareketle dünyada ve Türkiye’de giderek daha fazla ilgi gören ve geliştirilen turizm çeşitlerindedir.

Soykan (1999)’a göre kırsal turizm; “kişilerin doğal ortamlarda dinlenmek ve değişik kültürlerle bir arada olmak amacıyla bir kırsal yerleşime gidip, orada konaklamaları ve o yöreye özgü etkinlikleri izlemeleri ya da katılmalarıyla gerçekleşen bir turizm türüdür.” şeklinde belirtilmektedir (s. 68). Kırsal turizm; doğa tatilleri, doğa sporları, kültürel içerikli turlar, kırsal yaşam ritmi, el sanatlarının üretimi gibi sayısız etkinliği turistlerin hizmetine sunar ve diğer taraftan yerel düzeyde ticareti uyarıcı etkisinden başlayarak, gençler, kadınlar ve toplumun diğer bireyleri için sosyalleşme sürecini hızlandırır, kısacası yerel topluma sayısız olumlu etkilerde bulunur.

Nitekim kırsal turizm, sosyo ekonomik açıdan kısıtlı olanaklara sahip yörelerde gelişmenin önünü açan alternatif ya da mevcut ekonomik etkinliği tamamlayan bir turizm türüdür. Kırsal turizmin kırsal kalkınmanın motor gücü olduğu söylenmektedir. Şöyle ki kırsal turizm etkinlikleri çoğu zaman; istihdamın ve iş çeşitliliğinin artmasına, hizmet sektörünün gelişmesine, tarımsal üretim yöntemlerinin çeşitlenmesine, kente yakın ormanlık alanların değerlendirilmesine ve korunmasına, kırsal peyzajın korunmasına, küçük yerleşmelerde göçün azalmasına, el sanatlarının gelişmesine, kültürel etkileşimin artmasına, doğa koruma bilincinin gelişmesine, tarihsel dokunun korunmasına, kadının toplumsal hayata katılımının artmasına, yeni girişim ve fikirlerin gelişmesine büyük katkılar vermektedir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2007-2013: 13-14).

Gastronomi (yeme-içme) turizmi tarım, kültür ve turizmin entegre edilmesiyle ortaya çıkmıştır. Gastronomi turizmi yerel bir çekicilik unsuru olarak yöredeki ürünlerin

pazarlanmasına ve yerel kalkınmanın gerçekleşmesine imkân sağlamaktadır. Tarımın ürettiği ürün, otantiklikle yoğrulan kültür, turizmin hizmetleriyle birleşerek gastronomi turizmine alt yapı sağlamaktadır. Toplumun yeme-içme kültürü yaşam tarzlarının bir yansımasıdır (du Rand ve Heath, 2006: 208). Gastronomi turizmi genel olarak bakıldığında:

- Yerel kültürün bir parçası olan gastronomi turizminin turistler tarafından tüketilmesi,
- Bölgedeki turizmin gelişmesinde önemli bir rol,
- Ekonomik büyüme ve yerinde tarım açısından önemli bir etken,
- Alternatif bölgelere karşı pazarlanmasında önemli bir çekicilik unsuru,
- Ortaya çıkardığı ürün ve hizmetlerin turistler tarafından tüketildiği bir bütündür (Yüncü, 2010: 30).

Son yıllarda artan turizm bilinci, ilgili devlet politikaları ile birlikte çeşitli yörelerde kırsal turizm ve gastronomik unsurların kullanılma eğilimiyle birlikte bu iki turizmin de geliştirilmesine yönelik projeler uygulamaktadır.

Bu araştırmanın amacı, Nevşehir ili Kapadokya bölgesinde yaşayanların görüşleri çerçevesinde yörenin kırsal turizm potansiyelini ve kırsal turizm alanında yöre halkının bir turizm zenginliği olan gastronomik unsurları nasıl kullandıkları ve bu konudaki eğilimlerini belirlemektir.

Bu araştırma altı ana bölümden oluşmaktadır, turizme genel bir giriş niteliği taşıyan birinci bölümde, turizmle ilgili genel kavramlar, tanımlamalar ve sınıflamalar yer almaktadır. Birinci bölümün sonunda başlıca turizm türlerine yer verilmiştir.

Kırsal turizm başlığını taşıyan ikinci bölümde kırsal turizmin analizi, tanımı, etkinlikleri, etkileri ve uygulamalarına yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise gastronominin tanımı, tarihçesi, kapsamı, amacı ve önemi üzerinde durulmuş ve bu konular ayrıntılarıyla açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırmanın dördüncü bölümünde Kapadokya bölgesine dair genel bilgiler verilip beşinci bölümünde Kapadokya bölgesinde kırsal turizmde gastronomik unsurların işletmeler tarafından kullanılma eğilimine ilişkin uygulama yer almaktadır. Bu uygulama ile bölgede yer alan yerel

işletmeler mülakat formu uygulanarak bu işletmelerin faaliyetlerini yürütürken yararlandıkları gastronomik unsurlar üzerine genel bir değerlendirme yapılmıştır. Altıncı ve son bölümünde ise uygulama sonucunda elde edilen bulgular değerlendirilmiş ve birtakım önerilerde bulunulmuştur.



BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1 TURİZMİN TANIMI

Tarihin her döneminde insanlar farklı nedenlerden dolayı seyahat etmişlerdir. Özellikle ikinci Dünya Savaşı'nın bitiminden itibaren büyük bir hızla gelişen turizm günümüzde, dünyada en hızlı gelişen ve büyüyen sektörlerin başında yer alarak büyük bir sektör haline gelmiştir.

Yirminci yüzyılın ortalarında ülkelerin yaşadığı ekonomik problemler turizm hareketleriyle aşılmaya başlamıştır. Gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmalarını sağlayabilmeleri için döviz girdisi, ürün çeşitliliği ve istihdam gereklidir, bu açıdan turizm önemli bir rol oynamaktadır (Özkan, 2007: 43).

Walter HUNZIKER ve Kurt KRAPF modern turizm kavramına, ilk olarak İkinci Dünya Savaşı döneminde “turizm, insanların sürekli çalışma ve konutlarının bulunduğu yer dışında yaptıkları seyahat ve konaklamalarından meydana gelen ilişki ve olayların tümü” şeklinde tanımlayarak açıklık getirmişlerdir. Dünya Turizm Örgütü'nün (WTO) 1963 yılında bir araya gelmesiyle bu tanım da kabul görmüştür (Kozak ve Bahar, 2005: 2).

1970'li yıllarda boş zaman konusu da Aiest (Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Cemiyeti), tarafından bu tanıma eklenmiştir (Evliyaoğlu, 1989: 48). Turizm tanımlamasına dâhil edilen boş zaman ögesi Prof. Ernest SPOTT tarafından gerçekleştirilmiştir. Spott, turizmi şöyle tanımlamıştır: “Turizm, dinlenme ve onunla ilişkili gereksinimlerin doyumu nedeniyle boş zaman harcanmasından ortaya çıkan, tüketim harcamasıyla belirlenen geçici yer değiştirmeye bağlı olan ilişkiler ve olayların bütünüdür.” (Göksan, 1978: 12).

Turizm tanımlanırken aşağıda yer alan öğelerin var olup olmadığına bakılır (Burkart ve Medlik, 1981: 40) :

- Turizme katılan kişilerin ikamet ettikleri yerin dışında olması,

- Geçici bir sebeple seyahat etmeleri,
- Kişilerin seyahat sebebinin bir yerde çalışma veya iş yapma amacıyla olmaması,
- Seyahat eden kişilerin gittikleri yerin ürünlerini ve hizmetlerini tüketmesi,
- Kişilerin seyahatlerindeki konaklama yerlerinde geçici olarak kalmaları ve ikamet yerlerine geri dönmeleri,

Yukarıdaki unsurları gerektiren turizm, geniş açıdan baktığımızda; insanların ikamet ettikleri yerden boş olan vakitlerini daha anlamlı kılmak amacıyla farklı yerlere gitmeleri ve seyahat ettikleri yerde konaklamalarından ortaya çıkan ihtiyaçları ile ilişkileri bünyesinde barındıran sosyal, ekonomik ve kültürel bir olay ve bir hizmet endüstrisidir (Ürgar, 1993: 12).

1.2 TURİSTİN TANIMI VE SINIFLANDIRILMASI

Dini, bilimsel, sportif, sağlıksal, kültürel vb. ihtiyaçlarını para kazanma amacı güdmeksizin dinlenmek ve eğlenmek amacıyla ikamet ettiği yerden geçici olmak şartıyla ve gittiği yerde ürün-hizmet tüketimini gerçekleştirecek şekilde belirli bir süreliğine seyahat edip tekrardan yaşadığı yere dönen kişiye turist denir. Turizm ülkeler arasında gerçekleşmekle birlikte aynı ülkenin şehirleri ve hatta aynı şehrin farklı bölgelerinde de tüketicilerine hizmet sağlaması mümkün bir endüstridir. ‘Yabancı turist’ kişinin geçici yer değiştirmesini yabancı bir ülkede yapması, ‘yerli turist’ ise kişinin yer değiştirmeyi aynı ülke sınırları içinde yaparak gerçekleştirmesidir (Sezgin, 1995: 7).

Kişilerin turist sayılabilmeleri için devamlı ikamet ettikleri yerden ayrılıp, gittikleri yerde 24 saatten az kalmamaları gerekmektedir. Kişiler turizm amacıyla gitmiş olsalar bile 24 saatten daha az vakit geçiriyorlarsa bunlara turist değil ‘günübirlikçi’ denir. Yabancı ülkelerde ‘excursionniste’ olarak adlandırılan ‘günübirlikçi’ ifadesi, kişinin gezme amacıyla taşıtla kısa bir seyahate çıkması ve gezen kişi anlamına gelmektedir (Sezgin, 1995: 7).

Seyahatleri sırasında yaşadıkları yerlerden daha farklı bir hayat görmek isteyen turistler gittikleri yerlerin iklim şartlarını, medeniyetlerini, kültürünü ve insanlarını tanımak isteğindedir. Kendilerinde bu anlamda farklı olanı deneyimleme arzusunu gerçekleştirmiş olacaktır. Fransız; Antalya da başka bir Marsilya, İtalyan; İzmir de başka bir Napoli bulmak için gezmez (Ünal, 1993: 10).

Birleşmiş Milletlerin daha önce 1937 yılında istatistik uzmanlarınca öne sürülen ve OECD (İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı) turizm komitesi tarafından kabul görmüş olan turist tanımlamasında kişilerin taşınması gereken özellikler şunlardır (Bayer, 1992: 3);

- Tatil, eğlence, sağlık vb. nedenlerden dolayı seyahat edenler,
- Bilimsel, idari, diplomatik, dini, sportif vb. nedenlerden ötürü seyahat edenler,
- İş seyahati (business) amacıyla başka yerlere gidenler,
- Deniz gezileri (oroisera, sea curise) yapanlar,

OECD kapsamında turist niteliği taşımayanlar:

- Bir ülkeye iş sözleşmesiyle gelip de bu ülkede iş bulmak isteyenler,
- Bir ülkeye yaşama amaçlı gelenler, göç edenler,
- Eğitim – öğrenim amaçlı gelenler,
- Yaşadığı ülkeden farklı bir ülkeye çalışma amacı güderek gidenler (özellikle sınır yerleşme bölgelerinde),
- Transit yolculuklar (Geçiş süreleri 24 saati aşanları da içerir).

OECD'nin turist tanımlamasından ilham alarak turist; yaşadığı yerden geçici bir süreliğine başka bir yere giden ve ürün-hizmet tüketimi yaparak ikamet ettiği yere geri dönen kişi olarak ifade edilebilir.

Turistin özellikleri ana başlıklarıyla şunlardır (Barutçugil, 1989: 16):

- Boş zamanları değerlendirme, aile ziyaretleri, inanç, sağlık ve sosyo-kültürel ihtiyaçlarla birlikte eğlence isteklerini de yerine getirme güdüsüyle farklı ülkelere seyahat eden ve devamlı yaşadıkları yerlere dönen kişilere turist denir.
- Bilimsel, sportif, politik vb. sebeplerden ötürü seyahat eden kişiler de turist olarak kabul görürler.
- Seyahatleri boyunca gittikleri yerde üretim yapmayan, para kazanma amacı güdmeyen maddi açıdan standart bir kazancı olan, asıl amacı psikolojik olarak rahatlamak ve başka yerde kazandığı parayı bu sınırlı zamanında gittiği yerde harcayan kişidir.
- İkamet ettiği yer dışına veya farklı bir ülkeye para kazanma ya da çalışma amacı olmadan bir yıldan daha az kalmak şartıyla seyahat eden kişiler ‘ziyaretçi’ olarak tanımlanır. Turist ve günübirlikçi kavramları da çoğunlukla ziyaretçi kavramıyla eşleştirilir.

Türkiye İstatistik Kurumu’na göre ziyaretçi “Geceleme yapanlar (turist) ve günübirlikçi kavramlarını kapsayan ziyaretçi; yaşadığı yerden farklı bir ülkeye para kazanma amacı olmaksızın farklı sebeplerle seyahat eden kişidir.” (Türkiye İstatistik Kurumu [TDK], 2013).

Türkiye’ye gelen turist sayısı ziyaretçi ve turist kavramlarının aynı anlamda kullanılmasından dolayı yüksek olarak görülmektedir. Bunlara günübirlikçiler ve turizmden bağımsız seyahat eden kişilerin de eklendiği unutulmamalıdır. Sınırdan giriş yapanların ya da seyahatini ikamet ettiği yerden farklı bir yere yapanların gerçekleştirdiği bu hareketin turizm amaçlı olup olmadığının belirlenmesinin ardından bu kişilere turist tanımı yapılması daha doğru olur. Aksi durumda daha gerçekçi bir sonuç elde etmek adına bu kişilerin hepsini ziyaretçi kavramı altında incelemek gerekir.

Bundan dolayı turist, ziyaretçi ve günübirlikçi kavramlarının ayrıntılı analizi yapılarak farkları ortaya konmalı. Bu yüzden turist, günübirlikçi ve ziyaretçi kavramlarının analizi yapılarak turizm olayına katılan kişilerin, amaçlarının belirlenmesi ön planda tutulmalıdır (Morgül, 2006).

1.3 BAŞLICA TURİZM TÜRLERİ

Türkiye, doğal yapısı, güzellikleri, sahip olduğu çeşitli tarihi eserleri, kültürü, misafirperverliği ve mevsim yapısının turizme uygunluğuyla birçok ihtiyacı karşılayabilecek nadir ülkelerden biridir (Çetinel, 2001: 398-399).

Türkiye, zamanla değişiklik gösteren turizm anlayışına karşılık cevap verebilecek potansiyele sahip bir ülkedir. Ülkemiz sahip olduğu doğal güzellikleri, bölgeler arası iklim farklılıkları, dağları, çekici mağaraları, yaylaları, termal kaynakları, gölleri, denizleri ile turizmde alternatifler sunmaktadır. Yayla turizmi, kırsal turizm, kongre turizmi, inanç turizmi, av turizmi ile spor turizmi alternatif turizm çeşitlerinden başlıcaları olarak sayılabilmektedir (Morgül, 2006).

1.3.1 Yayla Turizmi

Türkiye özgün coğrafik yapısı ve iklimiyle farklı ve zengin hayat kültürü içerisinde yayla hayatının da benimsendiği ve önemli bir yer tuttuğu ülkelerden biridir. Halk türkülerine ve eski yapılara da ilham olan bu gelenek (Kalktı göç eğledi Avşar illeri türküsündeki gibi) Türkiye’de birçok mekânın, tanınmamış yönleriyle ortaya çıkmasını ve değişik kullanım alanları olarak değerlendirilmesini sağlamıştır.

Yaylalar, el değmemiş doğanın temiz havasını, tertemiz buz gibi suları; yaz aylarının bunaltıcı sıcaklarından kurtarıp rahatlatan serinliğine; etkileyici güzellikteki manzaraları; içerisinde hormon olmayan, doğal ve dalında gittikçe olgunlaşır yetişen bitkileri; doğal yaşam alanlarında büyüyen hayvanlardan elde edilebilen ve yapılan besinleri de ortaya çıkarıp bizlere sunarlar. Doğal ortamı bozulmamış bir alanda yaşayan binlerce çeşit yabani hayvan ve bitki, bizleri teknolojinin yansıttığı belgesellerin kurgulanmış dünyasından alıp gerçek dünyanın bir parçası haline getirmektedir (www.kulturturizm.gov.tr).

1.3.2 Kırsal turizm

Kırsal turizm, en yalın anlamıyla kırsal bölgelere yapılan gezi olarak tanımlanabilir. Fakat, yapılan araştırmalar doğrultusunda kırsal turizmin daha kompleks

bir yapıya sahip olduğunu söyleyebiliriz. Kırsal bölgelerde yapılan turizmle ilgili, tabiata dayalı faaliyetler, şenlikler, kültürel faaliyetler, tarıma dayalı turizm, el işine dayalı sanat ürünleri gösterilerini ihtiva eden örnekler bulunmaktadır. Kırsal turizm eğitsel gezileri, sağlığa dayalı turizmi, bütün tarım turizmi etkinliklerini, ve ekoturizmi içeren çok yönlü ve kompleks yapıları bir aktivitedir (Mair, Reid, George ve Taylor, 2001).

1.3.3 Kongre turizmi

Türkiye, Avrupa ve Asya'nın birleştiği yerde köprü görevi görmektedir. Bu jeopolitik avantajla önemli toplantı ve kongrelere ev sahipliği yapmaktadır (www.kulturturizm.gov.tr). Uluslararası özellik taşıyan kuruluşların birçok konuda, belirli dönemlerde gerçekleştirdikleri kongre, konferans, seminer gibi etkinliklere katılanların gittikleri yerde oluşturdukları turistik hareketlerin tamamı kongre turizmi olarak adlandırılır (Başaran, 2002: 34).

1.3.4 İnanç Turizmi

Din, tarihten bu yana insanların çevresinden de etkilenecek belli bir örneği model olarak gerçekleştirdiği ibadet ve etik kuralların bütününden ortaya çıkan inanç sistemidir (Tümer ve Küçük, 1997: 7).

İnanç turizmi; kişilerin inançlarını yerine getirmek, dini mekânların havasını solumak ve cezbedici yerlerini keşfetmek amacı taşıyarak yapmış oldukları turistik seyahatlerin turizm olgusu adı altında değerlendirilmesidir (Kaya, 1996: 7).

Üç büyük kutsal din olan Müslümanlık, Hıristiyanlık ve Musevilik dinlerine ait çeşitli eserler günümüze ulaşmış ve özellikle Türk hâkimiyetinin yoğunlukta olduğu ülkemizde insanlar inançlarını baskı altında olmadan yaşayabilmişlerdir (Yenipınar, 2005: 198).

1.3.5 Av Turizmi

Av turizmi, coğrafi yapısı, bitki örtüsü bakımından elverişli konumda olan ülkemizde yerli ve yabancı avcılarının kaynakları denetimli bir şekilde kullanmaları ve yasaların belirlediği şekilde avlanmaları ve bu avcılık etkinlikleri çerçevesinde ortaya çıkan ilişkilerin tamamı olarak tanımlanabilir. Yasaların belirlemiş olduğu çerçevede varlıkları yeterli av hayvanlarının genel, özel ya da devlete ait avlalarda avlanmasına izin verilir. Ülke ekonomisine katkı sağlamak amacıyla yapılmasına izin verilen bu avlalarda acenteler ve özel işletmeler de bu işin meraklılarına organizasyonlar düzenleyerek av turizmini çekim merkezi haline getirmektedirler (Şafak, 2003; www.milliparklar.gov.tr).

Ülkemizde av turizmi aktiviteleri 3167 sayılı Kara Avcılığı Kanunu, Merkez Av Komisyonu kararı hükümleri ve Av Turizmi Yönetmeliği çerçevesinde Doğa Koruma Ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü (DKMPG) tarafından yürütülmektedir. Av turizminin yapılacağı avlaklar Çevre ve Orman Bakanlığı Milli Parklar, Av ve Yaban Hayatı Genel Müdürlüğü tarafından tespit ve ilan edilmektedir. Avlak olarak belirlenmiş bölgelerde av faaliyetleri düzenleyebilmek için izin belgesi alınması gerekir. Bu belge Çevre ve Orman Bakanlığınca A Grubu Seyahat Acentelerine bir defaya özgü verilmektedir. Türkiye’de av turizmi yapmak için yetki almış 278 adet A grubu seyahat acentesi bulunmaktadır. Acentelerin yabancı avcılarını nerede, nasıl, kaç gün avlandıracığı, ava açık olan devlet avlakları, avlanılacak hayvan türleri, avlanma bedelleri, av mevsimi ve avlanması yasak olan türler Merkez Av Komisyonu (MAK) tarafından belirlenmektedir (Erdoğan, 2003; Şafak, 2003).

1.3.6 Spor Turizmi

Spor turizmi, kişilerin eğlenmek amacıyla sürekli yaşadıkları yerden ayrılarak spor aktivitelerini seyretmek veya bunlara katılmak üzere seyahat etmeleridir. Spor turizmine yönelik faaliyetler üç şekilde gerçekleşir. Birincisi, aktif olarak faaliyetlere katılacak olanlara yönelik turizm faaliyetleri, ikincisi doğrudan faaliyetlere katılmayıp seyirci olarak katılacak olanlara yönelik turizm faaliyetleri, üçüncü ise aktif sporcu

olmayıp, sportif faaliyetlerde bulunmak isteyenlere yönelik turizm faaliyetidir (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002: 5).

Spor, günümüzde sağlıklı yaşamın bir unsuru olarak görülür. Bu nedenle turistik konaklama işletmeleri; tenis, minigolf, yelken, yüzme gibi sportif etkinliklere büyük önem vermektedirler. Olimpiyatlar, uluslararası sportif karşılaşmalar, binlerce insanın farklı bölge ve ülkelere seyahat etmesine neden olmaktadır. Yapılan araştırmalar rekreasyon amaçlı sportif faaliyetleri tercih eden insanların sayısının, diğer faaliyetlere katılanların sayısından daha fazla olduğunu göstermektedir. Örneğin, Almanya’da halkın % 61’i boş zaman etkinliklerinden sporu tercih etmektedirler (Erdem ve Girgin, 2008: 393).

Günümüzde spor turizmindeki gelişmelere bakıldığında, insanların birkaç farklı dalda (rafting, kar kayağı, yamaç paraşütü vb.) spor yapmanın yanında, sadece tek bir spor dalında veya sadece tek bir sporu yapmak amacıyla seyahat etmeye de başlamışlardır. Böylece farklı dallarda spor yapmayı kapsayan “spor turizmi” yanında spor turizminin türleri olarak alt dallar ortaya çıkmıştır. Bunlardan bazıları; su altı dalış turizmi, hava sporları, dağcılık, akarsu turizmi, futbol turizmi, av turizmi ve golf turizmi’dir (Hazar, 2007: 80).

1.3.7 Kış Turizmi

Doğayla iç içe yaşama, doğayı keşfetme, mücadele etme ve macera yaşama isteği ile seyahat eden ziyaretçilerin tercih sebebi olan kış turizmi, hareket halindeyken dinlenme, yenilenme, sürekli aktif faaliyetler sunma yönüyle katılımcılar için ön planda olan bir turizm çeşididir (Kozak ve Bahçe, 2009: 177). Şehir hayatının kirli havasından uzaklaşmak, dinlenmek ve kış sporları yapmak ziyaretçileri kış turizmine yönlendiren önemli unsurlardandır (Türkdoğdu 2010: 85).

Dağların yükseltisi, eğimi ve kar yağışı kış turizmi için kayak sporunun gerektirdiği şartları sağlarken bunun yanı sıra konaklama, yeme-içme, eğlenme gibi aktivitelerin yılın belli zamanlarında gerçekleştirilmesi de kış turizmiyle ilişkilidir (İncekara, 1998: 18).

1.3.8 Kültür Turizmi

Kültür turizmi turistlerin hem turizm etkinliklerini hem de destinasyon tercihini etkileyen geniş bir konsepte sahiptir. Geniş bir alanı kapsayan kültür turizminin daha rahat pazarlanması adına kültür turizmi daha spesifik alt dallara ayrılmıştır. Kültür turizminin pazarlama ihtiyacından doğan alt dallar içerisinde miras turizmi, tarih turizmi, etnik turizm gibi dalları sıralayabiliriz (Doğaner 2003: 1-2). Bu alt dallar içerisinde anıtlar, tarihi kalıntılar, müzelerde sunulan sanat gösterileri, felsefe ve folklorik özelliklerin oluşturduğu eğitim öğeleri miras kavramı içinde değerlendirildiğinden kültürel miras kavramı daha geniş bir alanı kapsamaktadır (McGettlan ve Burns, 137).

1.3.9 Gastronomi Turizmi

Gastronomi turizmi, her türlü yiyecek ve ieeğin turizm sektöründe yer edinmesiyle hem ekonomik hem de toplumsal kalkınmaya önemli katkılar sağlayabilecek potansiyelinin olmasının yanı sıra aynı zamanda sürdürülebilir ekonomik gelişme için de önemli bir turizm türüdür (Wolf, 2006: 21). Özellikle küreselleşen toplumlarda gastronomi kültürel kimlik kazandırmada önemli bir unsur haline almıştır (Winter ve diğ., 2008).

Bir bölgeye ait mutfak kültürünün turizm ürünü olmasıyla, günümüzdeki deniz güneş kum tatil anlayışı yerini farklı aktivitelere bırakmış ve gastronomi turizmi son yıllarda g kazanmıştır. Her bölgede farklılık gösteren yeme-içme kültürü önemli bir çekicilik unsuru olmuş ve bu yönüyle ziyaretçilerin de ilgisini çekmiştir. Hem iç hem de dış turizm sektöründe büyümek amacıyla, turistlerin destinasyon seçimlerini etkileyen önemli etkenlerden biri haline gelen mutfak kültürünün gastronomik çekiciliğinden faydalanılmaktadır (Cömert ve Durlu zkaya, 2014:63).

İKİNCİ BÖLÜM

KIRSAL TURİZMİN ANALİZİ

2.1 KIRSAL TURİZM TANIMI

Günümüzde insanlar, tek düzelikten kaçış ve değişiklik arama ihtiyaçlarını gidermek amacıyla, sessizliğe ve doğaya yönelik rekreasyon etkinliklerini tercih etmektedirler. Böylece, insan ile doğayı ve sanayileşmiş uygarlığı bir araya getirecek önlemlerin alınması, insanların doğaya olan özlemini giderecek mekânların oluşturulması gerekli hale gelmiştir. Bu gereksinimler doğrultusunda “kırsal turizm” denilen turizm türü doğmuştur (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 2).

İlk zamanlarda çoğunlukla iç turizm içerisinde değerlendirilen kırsal turizm gelişen dünyada iletişim ve ulaşımın da ilerleme kaydetmesiyle uluslararası platformda da yer edinmeyi başarmıştır. Buna karşın bazı ülkeler kırsal kalkınmayla ekonomiye büyük katkı sağlayan kırsal turizmin bu yönünü geç fark etmişlerdir. Türkiye de gelişmekte olan ülkelerden biri olarak bu durumun ekonomiye katkısını henüz fark etmeye başlamıştır (Akça, 2004: 64).

2.2 KIRSAL TURİZM ETKİNLİKLERİ

Kırsal turizmde kırsal dünya tüm kesitleriyle turiste sunulmaktadır. Turistin kaldığı süre zarfında dinlenmesi yanında, çeşitli etkinlikleri izlemesi, katılması, öğrenmesi ve spor yapması mümkün olabilmektedir. Öncelikle kırsal turizmin dört mevsimde uygulanabilirliği, etkinliklerin çeşidini arttırmaktadır. Ayrıca, kırsal coğrafi ortam, açık havaya dayalı birçok rekreasyonel etkinliğin yapılabileceği eşsiz bir mekândır. Kırsal kültür ise bambaşka etkinlikleri içinde barındırır ve hepsi o yöreye özgüdür, benzerlikler yakalansa bile başka bir yerde aynısına rastlamak zordur. Zaten deniz turizminin turistleri, tüm kıyılardaki aynı mimariye sahip tesislerden, aynı animasyonlardan bıkmış olarak, gittikleri ülkelerde en azından yemek ve müzikte yöreselliği aramaktadırlar. İşte onlara asıl otantikliği sunacak kırsal turizmdir (Doğan, 2012).

Kırsal turizmde yer alan etkinliklerin bir kısmı spora dayalı olup, diğerleri animasyonel veya gerçek yaşamla ilgili etkinliklerdir. Bu etkinlikler; açık havada veya kapalı mekânlarda, pasif ya da aktif katılarak yapılmakta olup; çocuklar, gençler, yetişkinler ve yaşlılara yönelik özel düzenlemelere de gidilmektedir (Soykan, 1999: 72-73).

Kırsal turizmde uygulanan başlıca etkinlikler şunlardır:

- Tarımsal çiftliklerde veya köylerde; tarıma veya hayvancılığa dayalı etkinlikler (sebze, meyve, çiçek v.b. ürünlerin toplanması, ön işleme çalışmaları, hayvan besleme, hayvansal ürünleri elde etme ve değerlendirme peynir-yoğurt-yün v.b. işlemleri),
- Yerel el sanatları ile ilgili uygulamalar (dokumacılık, dikiş-nakış-örgü işleri, seramik, bakır, demir, ağaç, cam işleri v.b.),
- Müze, öğrenme yeri, anıt gibi tarihsel-kültürel yerleri gezme,
- Milli parklar, doğal anıt, hayvanat bahçesi, ilginç oluşumlar v.b.nin ziyareti,
- Yakın çevre turları (yürüyerek, atlı, bisikletli v.b.),
- Piknik,
- Sportif etkinlikler (binicilik, avcılık, balıkçılık, atçılık, golf, trekking, yüzme, yelken, bisiklet, kürek, voleybol, futbol v.b.)
- Hobi etkinlikleri (fotoğraf çekme, resim yapma v.b.)
- Animasyonel gösteriler (köy düğünü, halk dansları v.b.)
- Çeşitli kurslar (geleneksel el sanatları, yemek, spor, müzik, halk dansı, yerel üretim teknikleri, şifalı doğal bitkiler, turizm-çevre-koruma v.b.)
- Bilimsel inceleme, gözlem ve araştırmalar,
- Yarışmalar (sportif, kültürel),
- Fuar, şenlik, özel kutlama günleri, panayır, festival, eğlence, konser v.b.,
- Okuma salonlarında kitap dergi, gazete v.b.leri okuma,
- Çay bahçesi, kafe v.b. yerlerde buluşma, sohbet,
- Güneşlenme,
- Manzara seyretme,

- Çocuklar ve yaşlılar için düşünülmüş özel etkinliklerdir.

Bütün bu etkinliklerin kırsal turizmde yapılabilmesi, örgütlenmeyi gerekli kılmakta ve kusursuz bir organizasyonu gerektirmektedir. Kırsal turizmde turiste sunulan bütün bu etkinliklerden başka; kırsal halkı bilinçlendirmek; eğitmek üzere kurslar (yabancı dil kursları, üretimde kaliteyi geliştirme kursları, davranış-iletişim kurma kursları gibi) açılmakta; yani eğitsel hizmetler yerine getirilmektedir. Rekreatif etkinlikler ile eğitsel etkinliklerin arasındaki fark; birincisinin turistler için, ikincisinin kırsal halk için düzenlenmiş olmasıdır.

2.3 KIRSAL TURİZMİN ETKİLERİ

Turizm sektöründe son yıllarda, alternatif bir ekonomik etkinlik olarak kırsal alanlara yönelmesi sebebiyle, bu yörelerde turizmin olumlu-olumsuz etkilerinin araştırılmasına başlanmıştır. Kırsal turizmin etkisiyle bu yörelerde bir taraftan gelir artışı yaşanırken diğer taraftan bilinçsizce kullanılan doğal ve tarihi güzelliklerin bozulması da söz konusu olmaktadır.

2.3.1 Kırsal Turizmin Olumlu Etkileri

Kırsal turizmin olumlu etkileri aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Kırsal turizmin diğer turizm türleriyle entegre olabilme gücü sayesinde diğer turizm türlerine dinamizm verir, turizm sezonunu uzatır, değişik ve bilinçli turist gruplarından talep yaratarak pazarımızın gelişmesine katkıda bulunur (Soykan, 1999: 67).
- Kırsal bölgelerin kırsal turizm faaliyetlerinde aktif olarak değerlendirilmesi o yörenin kalkınmasının yanı sıra ülke ekonomisine de olumlu bir şekilde yansıtacaktır. Turizm ve tarım öğeleri aynı etkinlik içerisinde birleşerek tamamlayıcı bir unsur olarak kullanıldığı takdirde bu uyum hem bölge hem de ülke açısından ekonomik katkı olarak olumlu bir etki yaratacaktır (Soykan, 1999: 73).

- Kırsal turizm, özellikle o bölgelerde hayatını sürdüren insanlar için birçok kaynaktan ekonomik olarak gelir elde etme fırsatı vermektedir. Kırsal alanlarda yerel sanatların gelişimine olanak sunmak, tarım ürünlerine olan talebin yükselmesi yerel halka ek gelir imkânları yaratmaktadır. Buralarda oluşan faaliyetler doğrultusunda ziyaretçilerin artmasıyla konaklama, yeme-içme gibi ihtiyaçların yoğunlaşmasıyla turistik tesislerin çoğalması, iş imkânlarının artması, inşaat sektörünün de buna bağlı olarak fırsatları değerlendirmesiyle gelirler, turistik mal ve hizmetler artmaktadır. Bu doğrultuda hizmet sektörü ve kamu hizmetlerinin ihtiyaçlara cevap vermesiyle kişisel ve kamusal gelirlerin de paralel olarak artacağını söyleyebiliriz.
- Turistlerin gittikleri yörelerde ulaşmak istedikleri hizmetlerde çekicilik unsurlarıyla beraber kaliteye önem vermesi o bölgede yaşayan yerel halkın da hayat kalitesini arttırması demektir.
- Kırsal turizmin yerel halka sağlayacağı gelişmelerden biri de altyapının düzenlenmesi, konutlarda arttırma ve çalışma şartlarıyla beraber uyumlu bir iyileştirilme gerçekleştirilmesidir.
- Kırsal bölgeler var olan kısıtlı ekonomik faaliyetleri farklı ekonomik etkinliklerin ortaya çıkmasıyla daha esnek bir yapılaşmaya ulaştırır (Soykan, 1999: 74).
- İç turizm açısından da kırsal turizm önemli bir alternatiftir.
- Kentleşmenin artmasıyla metropol yaşamdan sıkılan aile fertleri, çocuklarıyla birlikte daha farklı ve verimli zaman geçirmek için orijinal hizmetler bulabilmektedir.
- Kırsal turizmin kent ve kırsal alanlar arasındaki geçişi sağlamasıyla ilişkilerin daha iyi yönlere gitmesi ve bunun yaratmış olduğu farkındalıkla kent ve kırsal arasındaki yaşam ve davranış sertliğinin daha esnek bir hal almasına olanak sağlamaktadır.
- Şehir ve kırsal arasındaki özellikle ekonomik fark bu turizm türüyle yerel halka kente göçü gerçekleştirmeden de aynı standartlarda yaşama fırsatı sağlar. Bölgede bulunan yerel halk mal ve hizmet satışını aracı olmadan kendi şartlarıyla

sağlama durumunda yüksek karlar sağlayarak yaşam standartlarını arttırabilirler (Demircioğlu, 1993: 9).

- Çalışma hayatında kadın faktörünü öne çıkararak özellikle kırsal bölgelerdeki kadınların iş yaşamında birey olarak başarı elde etmesi onları hem aile hayatında hem de sektörde aktif birer güç olarak kazanabilmemiz adına kırsal turizmin gelişimi bu yönüyle de önem arz etmektedir (Koroğlu A. ve Koroğlu Ö., 2006: 238).
- Kırsal turizm sayesinde yerel halkın gelirinin artmasıyla sağlık ve eğitim gibi olanaklar da artacaktır. Bunun yanında ulaştırma araçlarının, tarım araçlarının ve diğer yerel faaliyetlerin gelişmesini sağlayacaktır (Haldar, 2007).
- Ekonomik sıkıntılar sebebiyle kentlere göçün artmasıyla yörelerdeki potansiyel nüfus kaybı kırsal turizmin gelişmesiyle bölgedeki faaliyetlerin artması ve ekonominin iyileşmesiyle yerel halkta yöreye sahip çıkma duygusu uyandırıp göçlerin önüne geçmektedir (Olalı ve Timur, 1986: 181).
- Kırsal turizm faaliyetleri doğrultusunda doyuma ulaşmış ve birtakım özelliklerini kaybetmiş olan geleneksel tatil yerleri de yoğunluğu azaltıp böylece kendilerine farklı imkânlar yaratmak için fırsat bulmuşlardır (Olalı ve Timur, 1986: 182).
- Kırsal turizm, kırsal bölgelerin yoğun olduğu ülkelerde kıyı turizmine olan yığılımı ortadan kaldırarak tatil alanlarını farklılaştırmış ve daha geniş alanlara yaymıştır.
- Turizm talebinin artmaya başlaması, ülkedeki özel girişimcileri ve devleti ek yatırımlar yaparak, turizm talebini karşılama yoluna sevk eder. Bu ek yatırımlar, aynı zamanda turizm sektörü için ek kapasite anlamına gelir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 70).
- Önemli doğal alanların ortaya çıkarılması, arkeolojik alan ve eserlerin korunmasında etkili olmaktadır (Akış, 1999: 67).

2.3.2 Kırsal Turizmin Olumsuz Etkileri

Kırsal turizmin olumsuz etkileri şöyledir (Morgül, 2006: 70):

- Tarımla uğraşarak hayatını idame eden yerel halk kırsal turizmin gelişmesi üzerine farklı iş alanlarına kayarak tarımdan uzaklaşabilir ve bu sebeple tarım sektörünü zarara uğratabilir. Bundan ötürü kırsal turizmin geliştirilmesine yönelik planlı hareket edilmelidir.
- Kırsal turizmin değer kazandığı kırsal bölgelerde yüksek getiri amaçlandığı için fiyatlarda ciddi artışlar olabilmektedir. Kira ücretlerinde, gayrimenkul ve arazi fiyatlarında aşırı yükselmeler görülebilir. Yerel halk tarım alanlarında üretim yapmak yerine rantı beklemeyi tercih ederek arazisini boş bırakabilir.
- Özellikle kitleler halinde ziyaretler gerçekleştiği takdirde tarım bölgeleri, kültürel sit alanları, bu yoğunluktan zarar görebilir ve birtakım tahribatlarla karşılaşabilirler. Bu durum aynı zamanda ekolojik sistemin de zarar görmesine sebep olabilmektedir.
- Kırsal turizm, kırsal alanları kalkındırma ve yerel halka bölgesine sahip çıkma duygusunu benimsetmeyi amaçlarken halk elde ettiği bu gelirle tarımdan farklı sektörlere yönelmek isteyebilir. Bu durum da kırsal turizmi amacından daha farklı yerlere taşıyarak bölgenin ekonomik verimliliğini kaybetmesine sebep olabilir.
- Kırsal alanların yoğun ilgiyle beraber aşırı talep görmesi bölgenin cazibesini yitirmesine sebep olabilir.
- Tarımsal ürün deseni değişerek verimlilik azalmaktadır.
- Kırsal turizmin kırsal alanlarda gelişmesi üzerine sosyo-kültürel anlamda birtakım yerel değerlerin, gelenek ve göreneklerin yitirilmesine ve bununla birlikte ne yazık ki kültürel karmaşaya sebebiyet verebilir. Bu durum yerli halkın turiste karşı tutumlarına iki farklı şekilde fakat katı bir ayrımla yansiyabilir. Turist kültürleri arasındaki karışma, yerli halktan turiste karşı birbirlerinden sert çizgilerle ayrılabilen iki aşırı davranış şekli ortaya çıkarabilmektedir.

2.4 KIRSAL TURİZM UYGULAMALARI

Kırsal turizm, turizmi geliştirmede temel faktör olarak kabul görmektedir. Kırsal turizm, iç turizm açısından sürdürülebilirlik konusunda büyük fırsat oluşturması

yanında, uluslararası turizm açısından da rekabet genişletmesi ve kırsal turizme katılan ülkelerin beklentilerine uygun altyapı tesislerinin kurulması durumunda yaratacağı potansiyel turistik taleple sürdürülebilirlik, uluslararası turizm için de geçerli olacaktır (Vasquez, Alvarez, Georgiev ve Naghiu, 2005: 37). Bu bağlamda ülkemizde ve uluslararası düzeyde kırsal turizm alanında gelişme kaydetmiş kırsal turizm uygulamalarına iki başlık altında değinilmiştir.

2.4.1 Dünyadaki Kırsal Turizm Uygulamaları

Kırsal turizm dünyada yaygın olarak itibar görmektedir. Bu durumun başlıca nedenleri; kırsaldaki tarım faaliyetlerini kentli insan için bir dinlenme aracına dönüştürmesi ve yörede yer alan hali hazırdaki diğer turizm türleriyle kolayca bütünleşebilmesidir (Kiper, 2006: 21).

Turizm genel yapısı itibariyle birçok konudaki değişimlerden etkilenebilmektedir; kişilerin gezi tecrübeleri, boş zamanları, farkındalıkları ve eğitim seviyeleri, emniyet ve güvenilirlik unsurları vb. alternatif turizm türlerine değişen turizm talebiyle birlikte artmaktadır. Kırsal turizm bu anlamda, uygulama alanları ve çeşitli faaliyetleri ile büyük bir ümit vaat etmektedir. Avrupa başta olmak üzere Amerika Birleşik Devletleri, Japonya, Kanada, Yeni Zelanda gibi ülkelerde kırsal turizme yönelim oldukça ilgi çekicidir (Soykan, 2006).

Aşağıda dünya'nın farklı yerlerinde yapılan kırsal turizm faaliyetlerine örnekler verilmektedir:

MACARİSTAN

Macaristan'a giden turistler Balaton Gölü yöresindeki atlı gösteriler ve yöresel halk oyunları gösterilerine rağbet etmektedirler. Bölgede yer alan "Lake District" bölgesi irili ufaklı pek çok göl barındırmakta ve önemli bir turizm bölgesini oluşturmaktadır. Bölgede jetski gibi su sporu aktivitelerini ve göl kıyısındaki yeşilliklerde otlayan büyük baş hayvanları görmek olağan bir durumdur. Bölgedeki birçok mağarada görsel ve işitsel pek çok animasyon gösterisi yapılmaktadır. Bu mağaraların eski birer maden ocağı olması ilgi çekmektedir. Tarihi şatolara düzenlenen

günlük gezi turları turistlerin ilgisini çeken bir diğer unsurdur (Akça, 2004: 66- 76).

FİNLANDİYA

Finlandiya’da; kırsal turizm uygulamaları, merkezi alandan farklı olarak daha uzak yerlerde var olan kulübelerin ziyaretçilere kiralanması ve kırsal bölgelerde gastronomik unsurların geliştirilmesine yönelik olarak çalışmalar yapıldığını söyleyebiliriz. Macaristan’da ise bu uygulamaları yalnızca köyleri kapsayan, ordaki konaklamayı, tarım çalışmalarını ve yöresel yapıyı baz alan faaliyetleri öne çıkaran hizmetler olarak ele alabiliriz. Hollanda da ise kırsal turizm; çiftliklerde oluşturulan kamp ortamları ve yürüyüşler yapmak, bisiklet turları, at binmek gibi belli faaliyetlerde bulunmak iken Yunanistan’da kültürden ilham alınarak geleneksel mobilyalarla döşenmiş odalarda konaklamak ve ev yapımı yerel ürünlerle geleneksel bir şekilde beslenme olarak görmekteyiz (Gürer, 2003).

AMERİKA

Amerika’da kırsal turizme ilgi artmaktadır. Örneğin 1985 senesinde Idaho, Wyoming, Montana eyaletlerinde işletme sayısı sadece 5 ile sınırlı iken, 1992 senesinde işletme sayısı yirmi kat artarak 90’ın üzerine çıkmıştır. Benzer şekilde Avustralya’nın “Outback Queensland” yöresinde turist sayısının senede %20 oranında arttığı kaydedilmektedir (Özkan, 2007: 90).

İSPANYA

Endülüs bölgesi kırsal turizm anlamında İspanya’nın en ilgi çekici bölgesidir. Çevreyi, kültürü ve tarihi yapıları korumak için çok yoğun bir çaba sarf edilmektedir. Bölgenin beşte biri koruma altına alınmıştır. Yöreye kırsal turizm amacıyla gelen turistler at ile gezi, kamp kurma veya dağ bisikleti yapma v.b. olanaklardan faydalanmaktadırlar (Morgül, 2006: 74). Endülüs bölgesinin en büyük şehri olan Sevilla’da flamenco gösterileri yoğun ilgi çekmektedir.

İTALYA

İtalya'daki kırsal turizm (daha çok tarımsal veya çiftlik turizmi olarak anılmaktadır) çiftlikler üzerine yoğunlaşmıştır. Kırsal kültürünün çeşitliliği, el sanatları ve kırsal peyzaj ön plandadır. Ayrıca İtalyan kırsal mutfağının zenginliği turistlerin ilgisini çekmektedir. Örnek olarak İtalya'da yer alan Emilie Romagne bağcılığın geliştiği, sanatsal-tarihsel açıdan zengin bir yörede bulunması nedeniyle tarımsal turizm açısından oldukça rağbet görmektedir. İtalya'nın diğer bölgelerinde de (Alto Adige/Bolsano, Tuscany, Umbria, Puglia vb) çiftlik ürünleri tarımsal turizm aracı olarak değerlendirilmektedir (Soykan, 2000).

JAPONYA

Küresel ticaretin serbestleşmesi ile birlikte nüfusu azalan bölgelerdeki sosyal, ekonomik hayatı yeniden canlandırmak için Japonya'da kırsal turizm bir araç olarak kullanılmaktadır. Bu bölgelerdeki kırsal turizm aktivitelerinde turistler tarım ürünlerini bahçeden toplamakta, böylece doğayla bütünleşme imkânını bulmaktadırlar. Leisure Development Center'ın yayınladığı rapora göre Japonya'da kırsal turizmi tercih eden kitle çoğunlukla büyük şehirlerde yaşayan öğrenciler, firma yöneticileri, yüksek eğitim düzeyine sahip kişilerden oluşmaktadır (Morgül, 2006: 75).

FRANSA

Fransa'da kırsal turizme en çarpıcı örnek herhalde Alsace bölgesidir. Bu yörede yer alan ünlü şarap yolu ile adeta yaşayan bir müze yaratılmıştır. Eski yüzyılların günlük yaşamı, el sanatları ve kutlamaları icra edilmektedir. Ayrıca eski mimari ile yapılmış evler konak veya restoran olarak kullanılmaktadır. Bu yaşayan müzedeki aktiviteler, sergiler takvim ayına göre değişerek bütün yıl ilgi çekici hale getirilmiştir. İlkbaharda ziyaret eden turistler 20. Yüzyıl tarımsal tekniklere ve geleneksel Paskalya kutlamalarına şahitlik edebilmektedir (Soykan, 2003).

İNGİLTERE

İngiltere'de kırsal turizm çalışmaları Galler Turizm Bakanlığı öncülüğünde başlamıştır. Bu kapsamda köy koordinatörlüğü ve kırsal turizm şubeleri kurulmuştur.

Kırsal turizm açısından seyir manzarası, tarihsel ve kültürel değerler açısından çeşitlilik, el sanatı vb. olan köylerin ön plana çıkması sağlanmaktadır. Yörelere ekonomik gelişimi için kırsal turizme büyük önem verilmiştir. Örneğin; Galler Gelişme Konseyi 1985 yılında Galler bölgesinin orta kesimi kırsal alandaki ekonomik gelişim için ilgi çeken bir festival düzenlemiştir. Festivalde doğa ve yabani hayat gözleme (hayvanları doğal hayatında izleme), tarihi kurs ve peyzaj (bu kapsamda pazar ve su değirmenlerinin açılışı), doğa sporları (rafting, midilli ile gezi, dağ bisikleti), tarih ve geleneğin tanıtımı (kule turları vb.) gibi farklı kategorilerde programlar düzenlenmiştir (Woodruff, 1997).

2.4.2 Türkiye’de Kırsal Turizm Uygulamaları

Ülkemizde son yıllarda popüler turistik destinasyonlar (sahil kesimleri, antik kentler, büyük kent merkezleri gibi) haricinde bu destinasyonlara yakın veya yol güzergâhları üzerinde yer alan köyler ve kırsal yerleşimler de turizm ile tanışmışlardır. Yabancı turistleri veya günübirlikçi yerli turistleri, yöresel kır lokantalarında, yöresel pazarlarda veya kırsal yollarda görmek olağan bir durum haline gelmiştir. Bu yörelere düzenlenen geziler bireysel olabildiği gibi, seyahat organize şirketleri tarafından düzenlenmiş turist grupları halinde de olabilmektedir. Ayrıca bazı projelerle (örneğin Kayaköy Fethiye’de gerçekleştirilen) tarihi kırsal kalıntıların yeniden inşa edilmesi veya yenileme çalışmaları yapılmaktadır. Turistlere tarihi konaklarda konaklama imkânı sunularak (İzmir Şirince köyünde olduğu gibi) yöreye olan ilgi artırılmaktadır (Soykan, 2003).

Ülkemizde kırsal turizmin kalkınması için yerel yöneticiler ve sivil toplum örgütlerine büyük bir sorumluluk düşmektedir. Bu sorumluluk bilinciyle son yıllarda kırsal yörelere tarihi ve kültürel zenginlikleri, doğaları turizme kazandırmak adına çalışmalar mevcuttur. Örneğin; ülkemizde kırsal turizm deyince akla ilk gelen destinasyonlardan olan Kapadokya yöresinde kırsal turizmi geliştirmek amacıyla bizzat Ürgüp belediyesi tarafından bir proje ortaya konmuştur. Bu proje kapsamında yerli ve yabancı turistler kır düğünlerine katılabileceklerdir. Ayrıca yörenin günlük hayatının bizzat içerisinde yer alarak yöresel yemekleri bölge halkı ile hazırlayabilecek veya

hayvanlardan süt sağma deneyimini yaşayabileceklerdir.

Bir diğer örnek ise; Kızılçukur vadisinde güneşin doğuşunu ve batışını izlemek için Ortahisar belediyesi tarafından gezi turları düzenlenmektedir. Bu turlara oldukça yoğun bir katılım olmaktadır. Marmara, Ege ve Akdeniz yörelerinde geleneksel deve güreşleri yerel yönetimler tarafından turistlerin ilgisine sunulmaktadır. Kırsal yörelerde düzenlenen profesyonel doğa sporları da (örneğin Erzincan ve Muğla'nın köylerinde) yerli ve yabancı turistlerin bu bölgelere ilgisini artırmaktadır (Akça, 2006).

Ülkemizde başarılı kırsal turizm uygulamalarından biri kısaca Tatuta olarak adlandırılan "Ekolojik Çiftliklerde Tarım Turizmi, Gönüllü Bilgi ve Tecrübe Takası" projesidir. 25 çiftlikte başlayan proje şu anda 69 çiftliğe kadar ulaşmıştır. Proje Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği'nin önderliğinde GEF Küçük Destek Programı çerçevesinde sürdürülmektedir. Çanakkale'de Lapseki, Eceabat ve Ayvacık, Manisa'da Tekelioğlu, Kuşadası mevkiinde Davutlar, Muğla Fethiye'de Dereköy ve Yanıklar, Antalya'da Akçaenis ve Geyikbayırı Çıralı, Burdur'da Ağlasun, Isparta Eğirdir'de Gökdere Köyü, Afya'da Basmakçı, Yalova'da Armutlu, Sakarya Söğütü'de Maksudiye, Düzcce'de Çilimli, Kastamonu'da Şenpazarı, Sinop'ta Kabaklı Köyü, Amasya'da Gümüş Hacı Köyü, Samsun Terme'de Çamlıca, Tokat Niksar'da Sulugöl, Erzincan Kemaliye'de Ağçağa, Gümüşhane Kelkit'de Kınalıtaş, Rize'de Hemşin, Artvin'de Borçka ve Erzurum'da Pasinler proje kapsamındaki çiftliklerin bulunduğu yerlerdir.

TaTuTa projesi kapsamında kentli turistler hedeflenmektedir; kent karmaşasından sıkılan ziyaretçilere doğayla bütünleşme imkânı sunulmaktadır. Ziyaretçiler çiftlik yaşamını ziyaretleri süresince orada konaklayarak bizzat deneyimlemektedir. Organik tarım ürünleri yetiştirilmesine yardım etmekte ve böylece yörenin kalkınmasına katkı sunmaktadır (<http://www.bugday.org/tatuta/allFarms.php?lang=TR>, 10.01.2009).

Kırsal turizm geri kalmış bir bölgenin kalkınması ve bölgesel farklılıkların giderilmesi için oldukça büyük öneme sahiptir. Bu anlamda en çarpıcı örnek DATUR (Doğu Anadolu Bölgesi Turizmi Geliştirme Projesi) projesidir. Doğu Anadolu Kalkınma Planındaki hedefler gözetilerek, bu proje kapsamında bölgenin kalkınması, bölgedeki göçün durdurulması hatta mümkünse tersine göçün teşvik edilmesi gaye

edinilmiştir. Proje kapsamında özetle aşağıdaki etkinlikler yürütülmektedir; hizmet sektöründeki kalitenin artırılarak turizm katma değerinin iyileştirilmesi, yöredeki kadınların fırsat eşitliği yaratılarak turizm sektörüne yönelmelerini teşvik etmek. Bunun için yerel yönetimlerden ve sivil toplumdan yardım almak, yörenin doğal güzelliklerinin korunması ve halkın bilinçlendirilmesi.

Bu etkinlikler gerçekleştirilirken yöre halkının turizm ve gereksinimleri konusunda bilinçlendirilmesi için çalışmalar yürütülmektedir. Hizmet sektöründeki çalışanlara eğitimler verilmektedir. Bu eğitimler ile çalışanlar, yöneticiler ve işletme sahiplerinin sertifika edilmeleri amaçlanmaktadır. Doğa sporları (rafting, dağcılık, vs.) eğitmen ve rehberlerinin uzmanlık alanları uyarınca eğitimleri örgütlenmekte ve kendi alanlarında sertifika edilmeleri teşvik edilmektedir.

Yöredeki turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir olması ve geniş bir alana yayılması amacıyla bölgenin turizm değerleri toplanmakta ve bunlar için turizm programları hazırlanmaktadır. Hali hazırdaki işletmeler ve örnek tesisler kullanılarak gezi programları düzenlenmektedir. Teknik veya maddi olarak desteğe ihtiyaç duyan işletmeler için danışmanlık verilmesi planlanmaktadır.

Bölgenin hizmet alt yapısının iyileştirilmesi için çalışılmaktadır. Yörenin turizm açısından tanıtılması amacıyla bölgede faaliyet gösteren tur operatörleri ile birlikte hedef kitle araştırması yapılmaktadır. Bu kapsamda TÜRSAB ile yörenin doğal güzelliklerinin ortaya çıkarılması için yöredeki turizm değerleri etüt edilmektedir. Bölgenin tanıtımını ve turizm değerlerini ön plana çıkaran bir web sayfasının hazırlanması ve idamesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda turistlere yönelik bölgeyi tanıtan broşürlerin hazırlanması hedeflenmektedir. Uluslararası ve yerel turizm fuarlarına katılım sağlanarak bölgenin tanıtılması için çalışmaların yürütülmesi planlanmaktadır.

Ayrıca yöreye has ürünlerin desteklenerek ön plana çıkarılması, tanıtımının yapılması ve marka değerinin oluşturulması için çalışılmaktadır. Örneğin “İspir fasulyesi”, “Çoruh Vadisi pirinci”, “Dut Pekmezi” ve Çoruh Vadisi Balı” gibi bölgeye has ürünler bu bağlamda düşünülebilir. Sadece tarımsal ürünler değil el sanatları ürünleri de bu kapsamda düşünülebilir. Yöreye özgü ürünlerin üretimini yapan hali hazırdaki üretim kooperatifleri bu amaçla desteklenmekte ve yenilerinin açılması teşvik

edilmektedir (Doğu Anadolu Turizm Geliştirme Projesi [DATUR], 2009).

Ülkemiz kırsal turizme oldukça elverişlidir. Anadolu'ya özgü mutfak kültürü, doğal güzellikleri ve yaşam kültürü bir nevi günümüze kadar korunarak ulaşmayı başarmıştır. Bu bağlamda halk kırsal turizm açısından bilinçlendirilmeli, kırsal turizme elverişli bölgelerdeki tarihi, kültürel ve doğal değerler korunmalı, restore edilmeli ve tanıtımları gerçekleştirilerek yerli ve yabancı turistlerin ziyaretine açılmalıdır. Böylelikle Anadolu'daki potansiyel planlı ve programlı olarak kırsal turizme kazandırılmış olacaktır.

2.5 KIRSAL TURİZMDE GASTRONOMİK UNSURLARIN KULLANIMI

Yemek kırsal turizmde önemli bir yer edindiğinden gastronomi ve kırsal turizm arasında güçlü bir bağ vardır. Üretilen yöresel yemeklerin turistler tarafından tüketilmesi bölgede ekonomik bir çarpan etkisi oluşturur. Bu ekonomik fayda sayesinde yerel tüketimde canlılık ortaya çıkar. Aynı özelliklere sahip destinasyonlar rekabet avantajı sağlamak için bünyelerinde farklı turizm çekiciliklerine yönelmek durumunda kalırlar. Özellikle kırsal bölgelerdeki yöresel yemekler bu noktada destinasyonlar için bir kimlik yapısı oluştururken aynı zamanda turistler için de kırsala özgü yiyecekleri tadarak kendilerini kültürün içinde hissettirecek önemli bir çekicilik unsuru sağlayacaktır.

Günümüzde bölgelerin mutfak kültürünün turistik bir unsur olarak kullanılması önem arz eden bir durum haline gelmiştir. Bölgede var olan kaliteli yiyecek-içecekler turistlerin yaptığı harcama hem bölgeye ekonomik katkı sağlayacak hem de bölgenin gastronomi alanında gelişmesine fırsat yaratacaktır. Yöresel yemeklerin turistik ürün olarak kabul görmesi ve bölgeye gelen turistlerin dönüşlerinde yöresel yemeklerin ihracatıyla ilgili durumlara girişmesi gastronomi ve turizm sektörü arasındaki ilişkiyi ifade eder(Yüncü, 2010). Özellikle kırsal alanların gastronomik unsurlarının (çiftlik, tarladan alışveriş fırsatı, köy gezileri, yerel ürünler sunan restoranlar) çeşitlendirilmesi bu ilişkiyi fırsata dönüştürme yolunda ekonomik gelişme açısından önem arz etmektedir. Şehir merkezine göre bakir bir yapısı olan kırsal alanlar gastronomiyi içinde

barındıran orijinal yerel kùltürler sebebiyle global ve bölgesel olarak yerli ve yabancı turistler için öne çıkan destinasyonlar haline gelmiştir (Hall ve diğ., 2003).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GASTRONOMİ VE KAPSAMI

3.1 GASTRONOMİNİN TANIMI

İnsanın en temel ihtiyacı yemek yemektir. Gastronomi her ne kadar yemek ile ilgili olsa da (bu bağlamda oburluk gastronominin olumsuz yönü olarak görülebilir) aslında “en iyi yiyecek” ile ilgilidir. Bu bakımdan gastronominin gelişimi için sadece ekonomik zenginlik ve iştah yeterli değildir. “En iyi yiyecek” seçimi için tecrübe, ince zevkler ve özen büyük önem arz etmektedir (Orhandiricanlı, 2011). Bu bağlamda gastronomiyi olumsuz yönü mideye düşkünlük, oburluktan ziyade yemek hazırlamayı ve yemeyi sanatsal bir zevke dönüştüren bir araç olarak ön plana çıkartmak gerekir.

Gastronomiyi, üretim, tüketim ve her ikisi de olmak üzere farklı boyutlarda incelendiği takdirde aşağıda incelenen özellikleri ön plana çıkmaktadır (Baysal ve Küçükaslan, 2007: 7-10).

3.1.1 Üretim Boyutu ile Gastronomi

- Bir bilim ve sanat çalışması olarak yiyecek hazırlama, pişirme, sunum ve masa düzeni
- İyi yemek yeme kültürü ve aktiviteleri
- Aşçılık ile ilgili kurallar ve uygulamalar

3.1.2 Tüketim Boyutu ile Gastronomi

- İyi hazırlanmış yiyecek veya içecekten keyif alma
- İyi yemek yeme konusunda abartılı davranış,
- Pahalı ve iyi hazırlanmış yiyeceklere karşı tutku ve zaafıdır.

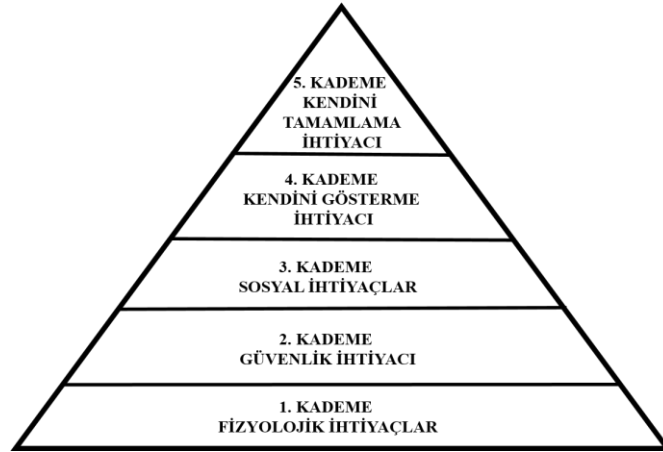
3.1.3 Üretim ve Tüketim Boyutu ile Gastronomi

- Yiyecek/içecek hazırlanması ve servisi

- Nizami araç gereçler ile sunulan yemeği uygun kurallar eşliğinde yeme sanatı
- Menüdeki yiyeceklerin popülerliği
- İyi yemek yeme sanatı (bir yöre veya ülkeye ait yemek kültürü, geleneği bilerek)
- Kültür, yeme alışkanlığı, beceri, emek ve özen ile damak tadının ve iştahın birleşimidir.

3.2 GASTRONOMİNİN TARİHÇESİ

Psikolog Abraham Maslow'ın 1943 yılında yaptığı "ihtiyaçlar teorisi" adlı çalışmasında insanoğlunun gereksinimlerini beş aşamada ifade etmiştir. Bu kademeler önemiyet derecesine göre (üste doğru çıktıkça önemiyet derecesi artmaktadır) Şekil 3.1'de gösterilmiştir (Koçel, 2003: 639). Abraham Maslow'ın çalışması bir üst seviyeye geçebilmenin şartı olarak alt kademede bulunan gereksinimin karşılanmış olmasına bağlanmaktadır. İnsanoğlunun hayatını idame ettirebilmesinde en temel ihtiyaç fizyolojik ihtiyaçlardır. Fizyolojik ihtiyaçların başında yemek yemek vardır.



Şekil 3.1. Maslow'un İhtiyaçlar Teorisi (Koçel, 2003: 639)

İnsanoğlunun ilk var oluşundan günümüze kadar yemek yeme ihtiyacı hep var olmuştur. Fakat her ne kadar önceleri yemek yemek sadece hayatı devam ettirebilmek

için bir gereksinim olarak görülse de sonraları yemek yemek başlı başına bir sanat ve zevke dönüşmeye başlamıştır.

İnsanoğlunun ateşi bulup, yemeği pişirmeye başlamasıyla aslında gastronominin ilk adımının atıldığı söylenebilir. Gastronomi tanım itibariyle kaliteli ürünü seçme, yemeği pişirme, yemeği sunuş ve son olarak da yeme sanatını ifade etmektedir. Bu anlamda öncelerde dahi gastronominin insanoğlunun hayatında olduğu söylenebilir. Örneğin Ortadoğu’da eski çağlarda yemeğin seçilmesi, pişirilmesi ve sunulması bir tören halini almıştır.

Bu dönemden sonra gastronomi Roma ve Çin’de gelişim gösterdi. Gösterişli ve aşırı kalabalık davetleriyle tanınan Romalılar için şöenler her zaman vazgeçilmez olmuştur. Gelişmiş karayolu ağı sayesinde bölgeler arası mesafeler sıkıntı yaratmamış ve envai çeşit yiyeceklerin ve aynı zamanda bunların nasıl yapıldığına dair bilgilerin de daha rahat yayılmasına fırsat sağlamıştır. Gastronominin varlığını 15.yüzyılda da önemli bir şekilde gösteren belgeler mevcuttur. Gastronomi Japonya, Kore ve Güneydoğu Asya’da da gelişim sağlamıştır. Savaşlar, ticari gelişmeler ve kültürel benimsemelerin buralardaki bölgelere yayılımı gerçekleştirdiği söylenebilir.

Batıda ise gastronomi ilk adımlarını Rönesans’ta attı. Catherine de Medicis’riin, daha sonra Fransa kralı olan II. Henri’yle evlenmesi, son derece incelikli ve karmaşık İtalyan mutfağının ilkelerinin Fransa’ya iletilmesini sağladı. XIV., XV. ve XVI. Louis dönemlerinde daha da incelikli bir nitelik kazanan Fransız mutfağı, ilk büyük ustası Marie-Antoine Careme, bazen çok süslü bir hale gelen mutfak üslubunu basitleştirmeye ve inceltmeye çalışan Georges-Auguste Escoffier ve Fransız gastronomisinin temel ansiklopedisi Larousse Gastronomique’i (1938) yaratan Prosper Montagne ile doruğuna ulaştı (<http://www.bilgimnette.com/gastronomi-nedir.html>).

19. Yüzyıl sonunda Charles Monselet’in “bütün şart ve yaşlarda tadılabilen sanat” olarak tanımladığı gastronomi, Joseph Bercholux’un *Gastronomie ou L’Homme des champs a Table* (Gastronomi ya da Tarladan Sofraya İnsan) adlı eseriyle birlikte 1801 yılından itibaren literatüre girmiştir. İki yıl sonra Croze Magnan’ın *Gastronomie a Paris* (Gastronomi Pariste) adlı eseri basılmış ve literatür zenginleşmeye başlamıştır (Larousse, 2005: 395).

Tarihte ilk yemek tariflerinin M.Ö. I.y.y ile M.S. III. y.y arasında yaşamış yemek meraklıları Latin Apicius'lar tarafından ortaya çıktığı düşünülmektedir. Ayrıca Mezopotamya arkeologları tarafından, M.Ö. 1700'e ait yemek tarifi niteliğinde çivi yazısıyla yazılmış kil tabletlere rastlanmaktadır. IX. y.y rölyefleri de bir yemeğin hazırlanışında, hayvanın kesimi-ayıklanması, fırında ekmek pişirme, bir yemeğin odun ya da kömür ateşinde pişirilmesi, yemeğin son şeklini alıp kap kacağa konması aşamasına değin çeşitli şekillerde rölyeflerde resimlerle anlatılmıştır (Fumey ve Etcheverria, 2007: 11).

Gastronomi ile ilgili ilk resmi çalışma Fransız Jean Anthelme Brillat – Savarin (1755-1826) tarafından yapılmıştır. 1825 yılında “La Physiologie du gout” yayımlanmış ve “Tat Fizyolojisi” olarak İngilizce'ye çok kez çevrilmiştir. Brillant Savarin gıda ve içecek bilimi ile ilgili yaptığı çalışmalar ile diğer çalışmalara öncülük etmektedir (Kivela ve Crotts, 2006: 354-355).

1835 yılında Gastronomi, “İyi Yemek Yeme Sanatı” olarak Fransız mutfak sözlüğüne eklenmiştir (Shahrım, 2006: 14-15). Fransa’da mutfak ve restorancılığın gelişiminin ardından Amerika ve Avrupa’nın diğer ülkelerinde de restoranlar açılmaya başlanmıştır. Charles Ranhofer (1836-1899) Amerika’nın uluslararası nitelikte, aşçıbaşısı olarak kabul edilmektedir. New York Delmonico restoranlarında çalışmış olan Ranhofer 1893 yılında yazmış olduğu “Franco-American” yemek pişirme ansiklopedisinde 3500’ün üzerinde yemek tarifi yapmıştır. (Maviş, 2008: 10)

Halen gastronomi ile ilgili pek çok çalışmalar yapılmaktadır. “Larousse Gastronomique (Dünyanın En Büyük Mutfak Ansiklopedisi)”, Joel Robuchon tarafından 2005 yılında basılmıştır. Ayrıca dünyada pek çok gastronomi, yiyecek-içecek, yemek ve kültür, yemek ve tarihi üzerine hazırlanan dergi, kitap ve TV programları bulunmaktadır (Uyar H., Zengin B., 2015: 359).

3.3 GASTRONOMİNİN ÖNEMİ

Gastronomi, hem ülke tanıtımında hem de turizmden elde edilen gelirlerin artışında çok önemli roller üstlenir. Örneğin Paris'i ziyaret eden yıllık 40 milyonun

üzerindeki turistin, ne kadarının Eiffel Kulesi ve Fransız gastronomisinden etkilenip bu şehre geldiğini bilmek, birçok ülkenin gastronomi konusunda geniş bir bakış açısı yakalamasında yararlı olacaktır. Tahminen, bu ülkelere seyahat eden turistlerin en azından %10'nun gastronomik sebeplerle gittiklerini söyleyebiliriz (İlhan, 2011).

Turizmden sağlanan ekonomik katkıyı arttırmayı amaçlayan bazı ülkeler turizmin çekicilik öznesini yetersiz bulduklarından alternatif turizmi çeşitlendirmeyi planlayarak turizmi tüm yıla yaymak ve bunu da bölgelerin kültürel unsurlarını ve gastronomik değerlerini öne çıkararak gerçekleştirmeyi arzu etmektedirler. Bu doğrultuda gastronomik değerler turizmle bir pay içinde olacak ve hem iç hem de dış turizmde çekim gücünü artırarak ülke ekonomisine önemli katkılar sağlayacaktır. Bu bütünleşme turistlerin destinasyon tercihlerinde de önemli bir etki yaratacaktır (<http://lokantacilarvepastacilar.org.tr/gastronomi-ve-turizm.html>).

Ülkelerdeki bölgelerin orijinal yemekleri ve otantik tatları gastronomi turizmi açısından büyük önem taşımaktadır. Bu tür öğeler turistlerin tatillerinden aldıkları keyfi ve motivasyonu arttırmaktadır. Çünkü turistler genel olarak gittikleri ülkelerin mutfak kültürünü ve yiyeceklerin lezzetini öğrenmek isterler. Gittikleri ülkelerde yaşayan insanların neler yiyip içtiğini keşfetmek turistler için ilgi çekici bir durumdur. Öncelerde ülkelerde tarihi yapılar, kalıntılar, deniz-güneş-kum üçlüsü pazarlanırken şimdilerde bununla kısıtlı kalınmamış ve zengin mutfak kültürleri de pazarlanmaya başlanmıştır. Turistlerin gitmeyi tercih ettikleri destinasyonlarda gastronomi önemli bir tercih sebebi olarak ön plana çıkmıştır. Örneğin İtalya, ülke tanıtımında yalnızca kültürel değerlerine değil İtalyan mutfağına da yer vermektedir. Mutfaklarında 'pasta' olarak adlandırdıkları makarnayı, değişik yöntemlerle hazırlayıp sunmuş oldukları pizzayı pazarlayabilmektedir. Toskana bölgesi şarapları dolayısıyla dünyanın popüler bölgelerinden biri olarak tanınır. Fransa'nın Bordeaux, Bourgogne bölgeleri de şaraplarıyla tanınan önemli yerleridir. Şarap Fransa'da ile anılır, Fransa ile şarap adeta özdeşleştirilmiş bir bütün olmuştur. Fransa da her ülke gibi mutfak kültürünü fırsat bilerek ön plana çıkmayı ve sanatının avantajlarını duyurmayı arzu etmektedir (www.neu.edu.tr/node/5551).

Türkiye de diğer ülkelerin dünya mutfaklarında oluşturmuş olduğu algıyı

yaratabilecek ve envai çeşit yiyecekleriyle özgün Türk mutfağını tüm dünyaya tanıtılabilecek fırsata ve eşsiz bir mutfağa sahiptir. Kırsal bölgelere ve yerel destinasyonlara duyulan merak, yöresel gastronomik unsurların da gün ışığına çıkarılarak kullanılmasına fırsat sağlayacaktır. Dünya ülkeleri yerel mutfaklarıyla da ön plana çıkmış ve kültürlerini tanıtmaya olanağı bulmuşlardır. Mutfağa yönelik aktiviteler, festivaller, yarışmalar da bu tanıtımların gerçekleşmesinde önemli bir etkidir (www.neu.edu.tr/node/5551).

Gastronomi, turizmini büyük ölçüde bildik üçlüye (deniz, kum ve güneş) dayandıran Türkiye için, rakipleri karşısında zengin farklılığını ortaya koyabileceği oldukça önemli bir güçtür (İlhan, 2011).

3.4 GASTRONOMİNİN AMACI

Gastronomide amaç, mümkün olan en iyi beslenme ile insanın korunması ve hayattan zevk almasının sağlanmasıdır. Yenilebilir tüm maddelerin hijyenik olabilen ama sağlığa uygun olması gerekmeyen şekilde, azami damak ve göz zevkini amaçlayarak, yemeye hazır halde sofraya getirilmesine kadar olan süreç gastronominin alanında yer almaktadır (Baysal ve Küçükarslan, 2003: 11). Yiyecek ve içeceklerin hazırlanıp sunumu, bilindiğin ötesinde bir sanatı ifade etmekte ve bu durum gastronominin sanat yönünü yansıtmaktadır. Burada en önemli nokta, gastronomi sanatının insanın var oluşundan günümüze kadar uzanan bir yolculuk olmasıdır. Bir başka ifade ile “insan ihtiyaçları merdiveninin” en alt basamağında yer alan yeme-içme içme olayı, sanatsal (gastronomik) bir yaklaşım ile merdivenin en üst tepesine kadar çıkabilmektedir. İnsanın bütün duyu organlarına hitap edebilen gastronomi, estetik değerlerin tamamını bünyesinde barındırır.

Yiyecek ve içecekler; görsel, işitsel, tatsal ve lezzet güzellikleri ile ortaya serilir. Bu nedenle hazırlanan her yemeğin tabağı ile sunulan içkinin bardağı; adeta estetik ve güzellik endişeleriyle ortaya konmaya çalışılmış bir sanat eseri çerçevesini ifade eder. Bu çerçevenin içinde ışık, gölge ve renkler doğal kompozisyonlarını bulurken; kıvam ve aromalar bu esere ayrı bir hava vererek toplamda bir ruhun oluşmasına katkıda bulunur (İlhan, 2011).

Gastronomi değerlere, kültürlere göre farklılık yaratan tüketimlerden insanlar için en yararlı olanı ortaya çıkarmak için araştırmalar yapar. Geleneksel tüketimlerin en iyi halleri üzerinde üretimler yaparak bu çalışmalarına anlamlı katkılar yükler. Buna bağlı olarak gastronominin yalnızca yiyecekler üzerine değil aynı zamanda düşünen ve araştırmalar yapan kişilerin yazıya döktüğü bilgiler bütünü olduğunu söyleyebiliriz. Gastronomi bilimi, yiyeceklerin bilimsel ve kültürel yönlerini ortaya çıkararak tüm Őifrelerini somut örnekler yardımıyla açıklayan bir alandır (Samancı, 2013).

3.5 GASTRONOMİ TURİZMİ

“Gastronomi turizmi” ise ilk defa 1998 yılında Long tarafından “culinary tourism” adıyla turistlerin farklı kültürlerin yiyeceklerini tecrübe etme fikri olarak ortaya atılmıştır (Long, 2004). Long’a göre gastronomi turizmi unutulmaz deneyimler yaşamak için gastronomi ve gastronomi ile ilgili aktiviteler üzerinden kültürü, tarihi araştırmak ve keşfetmektir (Yun vd., 2011). Michael Hall ve Mitchell (2000) gastronomi turizmi için “birincil ve ikincil gıda üreticilerini, gıda festivallerini, restoranları ve yemek için özel yerleri ziyaret etme ve/veya özel gıda üretimi yapılan yerlerin özelliklerini tecrübe etmek için yapılan seyahatlerdir” derler (s.308). Novelli (2005)’nin zel İlgi Turizmi kitabında Michael Hall ve Mitchell (2005) seyahat sırasındaki herhangi bir restoran deneyiminin; gastronomi turizmi olarak kabul edilebilmesi anlamına gelmeyeceği, bunun yerine ziyaretin ana amacının gittiği yerin yemeğini veya mutfağını deneme isteği olması gerektiğini belirtmiştir. Ignatov ve Smith (2006)’e göre ise gıda malzemeleri, içecekler, gıda üretimi, motivasyonlar, aktiviteler, kurumsal yapılar gibi gastronomi terimleri de gastronomi turizmini ifade edebilir.

3.5.1 Gastronomi Turizminin Etkileri

World Food Travel Association (WFTA) (2013) gastronomi turizminin destinasyonlara faydalarını aşağıdaki gibi sıralar;

- Daha çok ziyaretçi,
- Daha çok satış (oda / uçak koltuğu / yiyecek / içecek / oto kiralama),

- Daha çok medya reklamı,
- Daha çok vergi geliri,
- Yeni bir rekabet avantajı veya eşsiz satış teklifi (örn: eşsiz yerel gıda),
- Turizm konusunda artan toplum bilinci,
- Yerel gıda kaynakları ile ilgili artan farkındalık ve toplumun bundan gururlanması.

Gastronomi turizminin yöresel kalkınmadaki önemini inceleyen Hall, Mitchell ve Sharples (2003) çalışmalarında yiyecek-içecek ve turizm arasındaki bağlantı anlamlı bir şekilde kurulduğu takdirde sadeceye ekonomiye değil aynı zamanda yerel kültür ve kimliğin de sağlanmasına ve buna bağlı olarak da yöresel kalkınmaya katkı sağlayacağını ifade etmişlerdir (Akgöl, 2012).

Gastronomi turizmi özellikle de kırsal bölgeler için önemli fırsatlar sağlayarak olumlu etkiler yaratacaktır (Blakey, 2012). Turistler kırsal bölgelerde deneyimledikleri yerel tatlar ve ilgi alanlarının onları motive ettiklerini fark ettikçe bu fırsatları tekrardan değerlendirmek isteyeceklerdir (Park, 2008). Everett ve Aitchison (2008)'un ifade ettiği gibi kırsal alanları gastronomi turizmine yönlendirerek yerel çiftçilere, üreticilere ve küçük işletmelere turizmden elde edebilecekleri gelirleri arttırarak yerel halka yardımcı olunabilir ve böylece ekonomik çeşitlilik sağlanabilir. Gastronomi turizmi görüldüğü üzere hem bölgenin kültürel kimliğini yansıttığı için hem de kültürel mirası koruduğu için diğer destinasyonlara karşı rekabet üstünlüğü sağlar (Páramo, 2006), yerel kültürün tanıtılmasında ve kültürel geleneği sürdürmede sosyal bir rol oynar (Barkat ve Vermignon, 2006).

3.6 DÜNYADA GASTRONOMİ TURİZMİ

Dünyada, Avrupa'da ve hatta ülkemizde yiyecek-içecek konusuna verilen önem gittikçe artmaktadır. Gastronomi turları İtalya, İspanya, Fransa üzerinde yoğunlaşırken her ülke kendi mutfağını ön plana çıkarma ve yenileme savaşı vermektedir (Foodvacation, 2010).

Yöresel kıyafetler, yöresel mutfak malzemeleri, kaplar, kacaklar, pişirme yöntemi ve tekniği gastronomi faaliyeti olarak insanların ilgisini çekmektedir. Yöresinde özgün malzemelerle yapılmış lezzetlerin reçeteleri turist tarafından alınıp kendi ülkesine gittiğinde de yediği yemeği pişirmeyi deneyebilecektir. Çünkü her ülkenin ve her ulusun coğrafyasının, yaşam biçiminin ve tat duygusunun vazgeçilmez öğelerini taşıyan yemek kültürü, yüzlerce yıl olgunlaşarak kuşaktan kuşağa aktarılmış, o kültürün neredeyse temsilcisi olmuştur. Yöresellikten arınıp ulusallaşan her mutfak, aynı zamanda evrenselleşmiş olmaktadır (Küçükaltan, 2009).

Gastronomi turizmini genel olarak değerlendirirsek (Yüncü, 2010);

- Turistlerin yerel kültürün değerlerinden birini tüketmesi,
- Turizmin bölgesel anlamda gelişmesinde önemli bir etken,
- Ekonomik kalkınma ve yerel tarımın gelişimi açısından gerekli bir unsur,
- Bölgelerin pazarlanması yönünden önemli bir rekabet unsuru,
- Turistler tarafından tüketilen ürün ve hizmetlerdir.

Yiyecek ve içecekler bir bütün olarak turizm sektöründe her daim vazgeçilmez bir unsur olarak varlığını kanıtlamıştır. Eğlence sektörü, müzeler, alışveriş tutkuları gibi çekiciliklerin yanı sıra farklı yeme ve içme deneyiminin de müthiş bir cazibeye sahip olduğunu söyleyebiliriz. Gastronomi uzun zamandır seyahat sektörü içinde de yer almaya aday olan en önemli turizm çeşididir. Çünkü yiyecek ve içecekler turistlerin değişik ve egzotik destinasyonları bilmesi açısından önemli bir faktördür. Seyahate çıkan turistlerin büyük çoğunluğu için yeme ve içme en önemli favoriler arasındadır. Şarap ve mutfak ile ilgilenen turistler ile müzeler, gösteriler, alışveriş, müzik, film festivalleri ve rekreasyon faaliyetleriyle alakadar olan kişiler arasında bir bağlantı olduğu aşikardır. Mutfak kültürü faaliyetleri her an, her şartta ve tüm yıl boyunca varlığını sürdürebilirken diğer seyahat etkinlikleri için bu durum söz konusu olmayabilir. (www.quantifiedmarketing.com)

Özellikle bazı turistik bölgelerin pazarlanmasında gastronomi turizminin rolü büyüktür (Kivela ve Crotts, 2005). Örnek verecek olursak, yeme ve içme kültürü ile İtalya'nın Toscana bölgesi önemli bir imaj yaratmıştır. Avrupa'nın bazı zenginleri

Toscana bölgesine, sırf keçi peyniri ile şarap içmeye gitmektedir (Denizer, 2008). Bazı seyahat acenteleri ise devamlı olarak Asya ve Avrupa'ya gastronomi turları yaparak bu turları tercih edenlere olanak yartamaktadırlar (Kivela ve Crotts, 2005).

Nerdeyse tüm ülkelerde ve bu ülkelerde cazibe merkezi haline gelmiş bir mutfak kültürü olan Uzakdoğu ve Japon mutfakları da hemen hemen dünyadaki tüm şehirlerde yerini almıştır. Yiyecek ve içecek dünyadaki ve Avrupa'daki konumunu geliştirmiş ve önemli bir unsur haline gelmiştir (Akman ve Mete, 1998). Gastronomi turizmi diğer turistik ürünlerin tamamlayıcısı olmasının yanı sıra tek başına da önemli bir turizm aktivitesi olmayı başarmış ve birçok yerde imaj oluşturma noktasında ön plana çıkmıştır. Dünyadan birkaç örnek verecek olursak:

Portekiz gastronomi turizmi adı altında gastronomi turları düzenleyerek yemek eğitimi, sunumu ve tadımı, şarap eğitimi, şarap tadımı, atölyelerde peynir çalışmaları ve zeytinyağı tadımı faaliyetleri gerçekleştirerek ziyaretçilerine bunları deneyimleme olanakları sunmaktadır (www.exclusivetravels.com/itineraries/Portugal_Gastronomy.pdf). İtalya ve Fransa gastronomi veya gurme turları, Toscana bölgesi ve çevresi pişirme eğitimleri ile tatil yapma fırsatları yaratmaktadır (Kivela ve Crotts, 2005). İspanya ise bunlardan daha farklı olarak kırsal bölgelerde özel sürücü eşliğinde çeşitli yer mantarları arayışı, yerel üretim yapan peynir, zeytinyağı tadım gezileri, yerel pazar gezintileri, şarap üretim ziyaretleri ve tadım gezintileri ve üst sınıf yemek eğitimleri ile bu turları daha cazip hale getirmektedir. İspanya aynı zamanda ziyaretçilerine isteğe göre lüks veya yerel konaklama fırsatları da sağlamaktadır (<http://www.cellartours.com/culinary-tours/>). Avrupa'da gerçekleştirilen gastronomi turları İspanya, İtalya, Portekiz, Fransa ve İrlanda'da daha yoğun bir şekilde yapılmaktadır. Gastronomi turlarında gerçekleştirilen faaliyetler;

- Yerel peynir üreticilerine yapılan geziler
- Yerel peynir üretim faaliyetleri
- Kırsal bölgede gerçekleştirilen yer mantarları arayıcılığı
- Yerel pazar gezintileri
- Zeytinyağı üretim yerlerini ziyaret etme ve zeytinyağı tadımı

- Üst sınıf yiyecek eğitimleri
- Smokehouse (Et ve balığın odun tütsüsü ile kurutularak muhafaza edildiği yapılar) gezintileri.
- Üzüm bağı gezileri, bağ bozumu faaliyetleri
- Şarap eğitimi amaçlanarak şarap üreticilerine yapılan geziler ve şarap tatma
- Yerel yiyecek ve/veya içecek festival gezileri
- Evlerde gerçekleştirilen mutfak dersleri

Bölgedeki acenteler aracılığıyla gerçekleştirilmektedir.

Avustralya'da Melbourne ve Sydney'de daha çok yiyecek ve şarap olarak pazarlanan restoran yerlerine taleplerin yoğun olduğu görülmektedir (Kivela ve Crotts, 2005). Amerika kıtasında ise Kanada ve Amerika Birleşik Devletleri'nde Avrupa ile benzer turlar organize edilmektedir. California'daki Napa vadisi ve Sonoma vadisi şarap turizmi konusunda ön plana çıkmıştır. Bu restoranlar ve şarap bölgeleri ziyaretçileri açısından kaliteli zaman ve deneyimlerin yaşanabileceği önemli merkezler olmuştur (İnceöz, 2009).

Bazı özgün bölgelerde yerli halk bölgenin otantik havasını fırsat bilerek kendi evlerini ek yapılarla pansiyon tarzı bir mekâna çevirerek buralarda turistlere konaklama fırsatı sunmakta ve buralarda kendi yerel mutfaklarına dair yemek dersleri vermektedirler. Bu dikkat çekici uygulama daha çok Meksika, Tayvan ve İspanya' da karşımıza çıkmaktadır. Yerli halkın evlerinde sunmuş olduğu yerel mutfak eğitimleri müthiş bir ilgi görmekte ve buna bağlı olarak bu kırsal uygulamaya talep artmaktadır. Kırsal turizmin her evde bir baca mantığıyla ortaya çıkarmış olduğu sisteme müthiş uyum sağlayan bu durum, doğru bir şekilde uygulandığı sürece kırsal alanda yaşayan yerli halkın ekonomisine katkıda bulunacak ve yaşam kalitesini arttıracaktır. Bir diğer önemli husus ise kırsalda yaşayan kadının iş hayatına aktif bir şekilde katılımı gerçekleşecek ve hem aile hem de ülke ekonomisine katkısı söz konusu olacaktır (<http://dergi.kmu.edu.tr/userfiles/file/aralik2012/33-37.pdf>). Böylece kadın toplumda sosyalleşerek hak ettiği değeri kazanacak ve varlığının ne kadar önemli olduğunu bir kez daha ispatlayacaktır.

Ülkemiz diğer dünya ülkeleriyle karşılaştırıldığında ne yazıkki gastronomiyi değerlendirme konusunda zayıf kalmıştır. Turizmi iyi bir şekilde değerlendirmeyi başarmış bazı ülkeler yiyecek ve içecek kültürlerini farklı etkinliklerle bütünleştirerek bunu fırsata çevirmiş ve kaliteli bir imaj yaratabilmişlerdir Kırsal turizm ve gastronominin birbirini tamamlayabilen iki zengin etkinlik olduğu ve ülke turizmi açısından önemli katkılar sağlayabilecek bir fırsat olduğu ortadadır (<http://dergi.kmu.edu.tr/userfiles/file/aralik2012/33-37.pdf>).

3.7 TÜRKİYE'DE GASTRONOMİ TURİZMİ

Türkiye, turizm açısından doğal cezbediciliği ve yüzyıllardır harmanlanmış çeşitli yiyecekleriyle zengin bir mutfağa sahiptir ve bu özellikleriyle gastronomi turizminde dikkat çeken destinasyonlarıyla tanınan bir ülkedir. (Doğdubay ve Giritlioğlu, 2008). Adana, Mersin, Hatay gibi yöresel tatları ile meşhur illerimiz de gastronomi turizmine önem vermekte ve bölgeye gelen turistlerin %20–25'inin bu amaçla geldiği belirtilmektedir (Göçhan, 2009).

Gastronomi uzmanları Türk mutfağını dünyanın önemli mutfaklarından biri olarak ifade etmektedir. Anadolu'da yaşamış çeşitli uygarlıkların da etkisiyle gelişen ve zenginleşen Türk mutfağı dünyanın en zengin üç mutfağı arasına girmiştir ve dünyanın en besleyici üç mutfağı olma özelliğini de elinde tutmaktadır (Cömert, Kızılkaya ve Durlu-Özkaya, 2009:1).

Her milletin, ülkenin yapısı ve alışkanlıklarına göre oluşan kendine özgü bir mutfağı vardır. Tarihi gelişim sürecinde Orta Asya'nın sade yemek kültüründen sonra Selçuklu ve Osmanlı Mutfağına ulaşılmış ardından, günümüzde farklı ülkelere pek çok kişi tarafından beğenilen bol çeşitli, farklı tatlara, lezzetlere sahip olan Türk mutfağı ortaya çıkmıştır (Cömert, Kızılkaya ve Durlu-Özkaya, 2009:1). Türkiye'de yaşamını sürdüren insanların beslenme şekilleri, bunları sağlayan yiyecek ve içecekler, bunların hazırlanma ve pişirilme yöntemleri, muhafaza edilme şekilleri ve bunları gerçekleştirmek için ihtiyaç duyulan araç-gereç ve teknikler ile yemek yeme usülleri ve mutfakta uygulanan her türlü gelişme Türk mutfağı kültürünü ifade etmektedir (Kesici, 2011: 34).

Ankara Ticaret Odası (ATO) ile Ankara Patent Bürosu'nun yaptığı bir araştırmada, Türkiye'nin lezzet haritası ortaya konmuştur. 81 ili kapsayan lezzet haritasına göre, Türkiye, 2 bin 205 çeşit yöresel yiyecek ve içecekten oluşan zengin mutfağıyla dikkat çekiyor.

Çeşit açısından Türkiye'nin en zengin mutfağına sahip ili Gaziantep olarak belirlendi. Gaziantep mutfağı tam 291 çeşit yemek, tatlı ve içecekten oluşuyor. Malhıtalı (mercimekli) köfte, yoğurtlu ufak köfte, yağlı köfte, iç katması (kısır), tene katması, haveydi köftesi, omaç, sini köftesi, süzek yapması, çağırtlak kebabı, ayva kebabı, elma kebabı, lebeniye, öz çorbası, maş çorbası, şirinli çorba, beyran, topaç, Köse Sefer kabağı dolması, loğlazlı aş, çiğdem aş, ekşili daraklık tavası, beyran, şiveydiz, acur oturtması, kakırdak böreği, loğlaz piyazı, yarpuz piyazı, at elması turşusu, çelem turşusu Gaziantep'in ünlü yemeklerinden bazıları olarak sıralanıyor.

İkinci sırada Elazığ geliyor. Elazığ mutfağı tam 154 çeşit yemek, tatlı ve içecekten oluşuyor. Fasulye çorbası, lobik çorbası, anamaşı, kelecoş, taraklık, kındık köfte, küncülü köfte, muhaşerli köfte, işkene, sapan dolması, kibe dolması, çaypalası, pırpırım boranı, tavşan üfelemesi, kırmanlı pilav, simit pilav, nohut ekmeği, fodula, zarafat, patıla, heside, dolanger, hürriyet kadayıfı, orcik, pilit ve gah, Elazığ'ın ünlü yemekleri arasında yer alıyor (<http://www.aa.com.tr/tr/turkce-sabit-icerikler/29951--lezzet-haritasi>).

Bölgeler arasında İç Anadolu, 455 çeşit yiyecek ve içecek çeşidiyle ilk sırada yer alıyor. Bu bölgeyi 425 çeşit ile Doğu Anadolu, 398 çeşit ile Güneydoğu Anadolu ve 397 çeşit ile Karadeniz Bölgesi izliyor. Akdeniz ve Marmara Bölgesi 184 çeşit, Ege Bölgesi 162 çeşit yiyecek ve içeceğe sahiptir (<http://www.atonet.org.tr/yeni/index.php?p=1475&l=1>).

Türkiye'de faaliyet gösteren bazı turizm acenteleri gastronomi turları düzenlemeye başlamışlardır. Bir turizm acentesi "Mutfağın Kalbine Yolculuk" ismini verdiği tur ile müşterilerine Konya mutfak kültürünü, "Kaz dağları Zeytin Turu" ismini verdiği gastronomi turunda ise; müşterilerine zeytin kültürünü tanıtmaktadır (Oasis, 2009).

“Anadolu Gurme Turları” ile Türkiye’de, köylerde o köyün ünlü yemeklerini yapacak kadınların belirlenmesi ve evlerinin bir köşesi ya da bahçelerini küçük bir lokantaya çevirebilmeleri için küçük kredilerin verilmesi önerilmektedir. Ayrıca, gelen turistlerin bu lokantalara yönlendirilmesi sayesinde bu girişimin hem aile ekonomisine katkısının olacağı hem de yerel yemeklerin yaşatılabileceği belirtilmektedir (Güneş, Ülker ve Karakoç, 2008).



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

KAPADOKYA BÖLGESİNE AİT GENEL BİLGİLER

4.1 KAPADOKYA BÖLGESİNİN TARİHİ

Kapadokya bölgesi tarihten bu yana hakimiyeti altına girdiği birçok devlet ve önemli şahısların isimleriyle anılmıştır. M.Ö 2000 yıllarında Hititlerin egemenliğine girip, M.Ö 7. yy'da Pers İmparatorluğuna (İran) katılmıştır.

M.Ö 546 yılında Pers İmparatoru Kiros (Kurus) Nevşehir'i aldı. M.Ö 333 yılında Makedonya İmparatoru Büyük İskender burayı işgal ederek imparatorluğunu büyüttü. İskender'in ölümü ve Makedonya İmparatorluğunun dağılmasıyla birlikte bölgeyi Kapadokya Krallığı yönetmeye başlamış ve Kapadokya bölgesi M.Ö 1. yy'da Roma egemenliğini tanımıştır.

Roma İmparatorluğu'nun M.S 395 yılında ikiye ayrılmasıyla birlikte Anadolu Selçuklu Devleti kuruldu. Kapadokya bölgesi de Anadolu Selçuklu Devleti'ndeki Orta Asya Türklerinin egemenliği altına girdi. Bu süreçte özellikle de 7. Ve 8. yy'da doğudan ve güneyden gelen çeşitli akınlara maruz kalan Kapadokya bölgesinde 200'e yakın yer altı şehri yapılmıştır. Malazgirt Savaşı'ndan sonra bölge daha çok Anadolu Selçuklu Devleti'nin himayesindeydi. 1308 yılında Anadolu Selçuklu Devleti yıkılınca bölge Moğol istilasına uğramış ancak Arap ve Acem kültürünü benimsememiştir.

13. yy'da ünlü düşünür Hacı Bektaş-ı Veli Horosan'dan Kapadokya bölgesine gelmiştir. Bölgede yapmış olduğu çok sayıda çalışmayla Türklerin ilgisini çekmiş ve Türklerin burada egemenlik kurmasını sağlamıştır. 1515 yılında ise Yavuz Sultan Selim bölgeyi Osmanlı İmparatorluğu'nun himayesi altına almıştır. Bu dönemde siyasi olayların çok fazla gerçekleşmemesiyle birlikte bölgede birçok kervansaray, camii ve medrese yapılmıştır. (<http://www.dosthane.de/nevsehir.php>).

4.2 KAPADOKYA BÖLGESİNİN COĞRAFİ KONUMU VE YAPISI

Tarihsel süreç içerisinde değerlendirecek olursak Kapadokya, Mezopotamya ve Anadolu gibi coğrafi bölgelere verilen bir isim olarak ifade edilebilir. Kuzeyde

Karadeniz sınırına güneyde Torosların eteklerine kadar uzanan Kapadokya bölgesi birçok şehrin bazı kısımlarını içinde barındıran geniş bir alana sahiptir.

Peri bacalarının yoğunluk gösterdiği bölge Nevşehir sınırlarında hakimiyet gösterse de özellikle ulaşımdan ötürü çeşitli turistik destinasyonlara bağlı olarak komşu şehirlerle de anılmaktadır. Bölge Nevşehir il sınırları içinde olmakla birlikte Aksaray, Kırşehir, Kayseri, Niğde ve Yozgat şehirleriyle de yakın mesafelidir (www.kesfetsene.com).

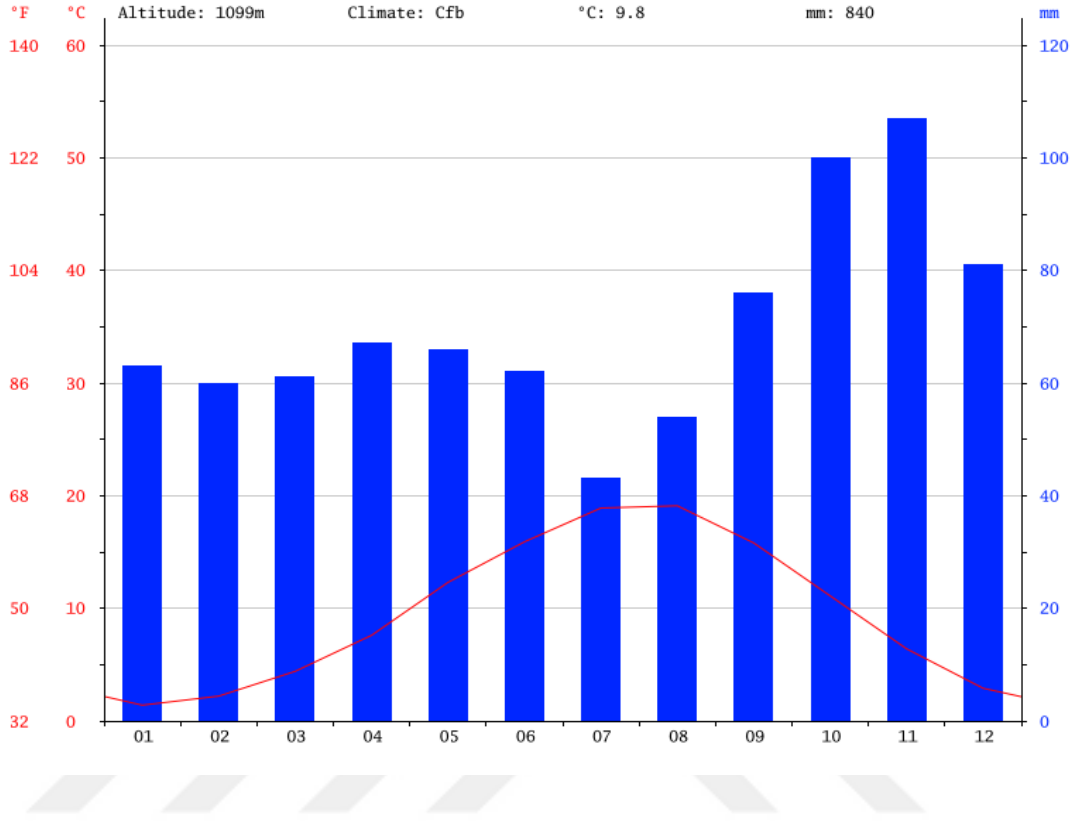
Jeolojik yapısı kül ve tüflerden oluşan ve volkanik bir alanda yer alan Kapadokya'da, bu yapısı ve erozyonlar sonucunda "peribacaları" oluşmuştur (Nevşehir İl Planlama Müdürlüğü, 2006: 1).

4.3 KAPADOKYA BÖLGESİNİN İKLİM VE BİTKİ ÖRTÜSÜ

Kapadokya bölgesinde, yarıkurak ve kurak-yarınemli ya da yarınemli iklim tipleri egemendir. Kurak-yarınemli ya da yarınemli iklim koşulları, yalnız Nevşehir-Ürgüp çevresinde hissedilmektedir. Diğer yandan, kurak-yarınemli iklim, Aksaray çevresi dışında tüm alanlarda egemen tiptir. Kapadokya bölgesinde genel olarak hakim bitki örtüsü step ve seyrek kuru ormanlar oluşturmaktadır.

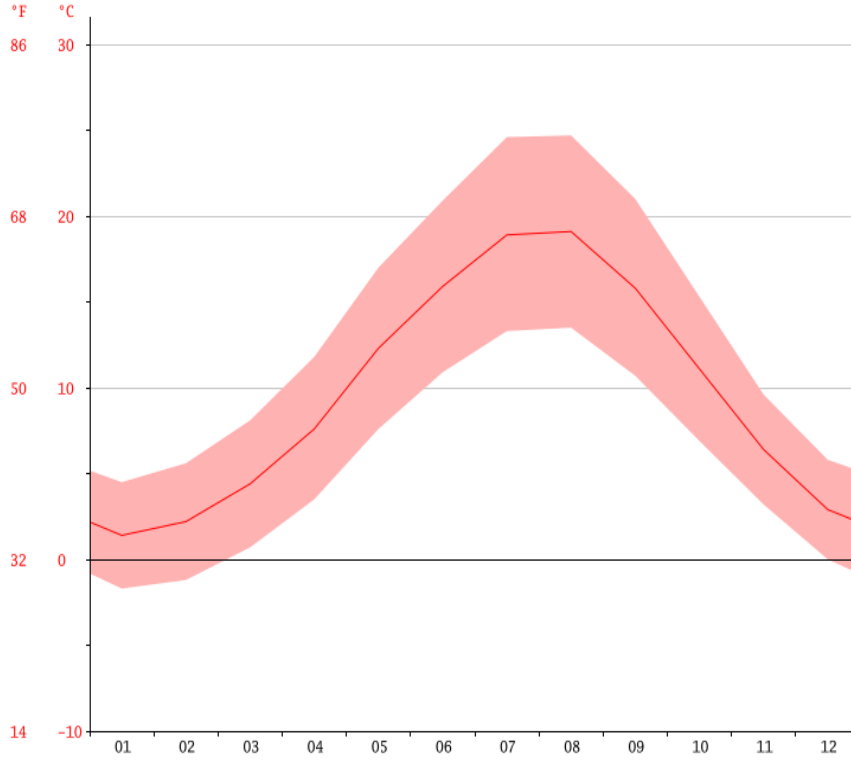
Aylık ortalama, minimum ve maksimum sıcaklıkların en düşük olduğu ay, Ocaktır. Maksimum sıcaklıklar Ağustos'ta kaydedilmekle birlikte Kırşehir ve Niğde dışında ise en sıcak ay Temmuz'da hissedilmektedir(Türkeş, 2005:83).

Kapadokya bölgesinin iklim grafiği Şekil 4.1'de gösterilmiştir. Temmuz ayı 43 mm yağışla yılın en kurak ayını oluşturmaktadır. Kasım ayı ise ortalama 107 mm yağış miktarıyla en fazla yağışın görüldüğü aydır.



Şekil 4.1. Kapadokya İklim Grafiği (<https://tr.climatedata.org/location/116468/>)

Kapadokya bölgesinin sıcaklık grafiği şekil 4.2’de gösterilmiştir. Ağustos ayı 19.1 ile yılın en sıcak ayını oluştururken, yılın en düşük ortalamasını 1.4 ile Ocak ayı oluşturmaktadır.



Şekil 4.2. Kapadokya Sıcaklık Grafiği (<https://tr.climatedata.org/location/116468/>)

4.4 KAPADOKYA BÖLGESİNİN EKONOMİK YAPISI

İpek yolunun önemli kavşaklarından biri konumunda olan Kapadokya, tarihten bu yana ülkeler arasında sosyal ve ticari bir köprü görevi görmüştür. Günümüzde ise birçok spesifik turizm rotalarının birleştiği alan olarak üstlenmiş olduğu bu köprü görevini farklı kültürlerden insanları kendi doğal ve kültürel yapısında bir araya getirerek bu konumunu devam ettirmektedir (Ersun ve Arslan, 2009: 144).

Kapadokya bölgesi turizm sektörünün önemli görsel kaynaklarından biridir. Coğrafi olayların şekillendirdiği yapısı itibariyle önemli bir çekim merkezi olan Kapadokya'nın, tarım ekonomisini patates ve üzüm yetiştiriciliği oluşturur. Bunun yanı sıra turizm gelirleri de bölge için güçlü bir ekonomidir. Son zamanlarda bölge ekonomisine yüksek kazançlar sağlayan turizm sektörü, bölgeye şu anda da önemli bir katkı sağlayan tarım sektörünün, geleneksel ekonomik sektörde yerini alan halı dokuma, üzüm ve patates yetiştiriciliği, şarap üreticiliği gibi sektörlerin de önüne geçmiştir.

Benzersiz coğrafyası, tarihi, kültürü ve turistik faaliyetleriyle Kapadokya gelecekte de ziyaretçilerini arttırarak ekonomisini daha fazla geliştirebilecek bir bölge konumundadır (Şamiloğlu, Karacaer, 2011: 145).

4.5 KAPADOKYA BÖLGESİNİN KÜLTÜREL YAPISI

İlk dönemlerde tarihi bir alana atfedilmiş bir isim olan Kapadokya Nevşehir'in merkezinde olup komşu illere uzanan topraklarıyla, eşi benzeri olmayan jeolojik bir yapıyla dikkat çekip, tarihi ve kültürel değerleriyle de önemli bir yere sahip olan popüler bir turizm merkezidir.

Kapadokya, UNESCO Dünya Doğal ve Kültürel Miras Listesinde 1985 yılında 357. sırada "Göreme Doğal ve Tarihi Milli Parkı" olarak kayıtlıdır. Gerek kültürel zenginliği ve tarihi yapısıyla, gerekse doğal yapısıyla dünyada son derece özgün bir kimliği vardır.

Kapadokya Bölgesi'nde dokumacılık tarihi Bizans dönemine kadar uzanmaktadır. Ürgüp ve Avanos'ta halı dokumacılığı yaygınken, Kozaklı ve Gülşehir'de ise kilim dokumacılığı ön plana çıkmaktadır.

18. yy'da Damat İbrahim Paşa tarafından yapılan Damat İbrahim Paşa Külliyesi bulunmaktadır. Külliye; camii, medrese, kütüphane, sıbyan mektebi, imaret ve hamamdan oluşmaktadır. Kubbesi kurşundan yapıldığı için Kurşunlu Camii de denilmektedir. Mihrabındaki mermer işçiliği çok incedir. Müezzin mahfilinin alt kısmındaki altın yaldızlı işlemler de işçiliğiyle göz doldurmaktadır. Medrese kısmı 1961'de kütüphane olarak halka açılmıştır. İmaret kısmı ise 1949'da müzeye çevrilmiştir. Sıbyan mektebinde minyatür ve arkeolojik yapılar sergilenmektedir.

1715'te Damat İbrahim Paşa tarafından Kara Camii yaptırılmıştır. 13. yy'da ise Alaaddin Camii yapılmıştır. Yapılan müdahalelerle orijinalliğini yitiren caminin minaresi 1950'de eklenmiştir. Avanos ilçesinde Ulu Camii bulunmaktadır. 1779'da Karavezir Seyid Mehmet Paşa tarafından Karavezir Külliyesi yapılmıştır. Külliyenin medresesi kütüphane olarak kullanılmaktadır. Kızılkaya Köyü Camii ise Gülşehir ilçesinde Kızılkaya Köyünde bulunmaktadır. Bu cami yapılan tamirlere rağmen

orijinalliğini yitirmemiştir ([http://www.tuik.gov.tr/ilGo stergeleri/iller/NEVSEHIR.pdf](http://www.tuik.gov.tr/ilGo%20stergeleri/iller/NEVSEHIR.pdf)).

Bölgede yetişen ürünler Kapadokya mutfağını şekillendirmiştir. Yörede yetişen patates, mercimek, kabak, buğday, nohut gibi ürünler mutfağa ve beslenme alışkanlıklarına da yansımıştır. Üzüm yetiştiriciliğinden dolayı pekmez de yoğun olarak kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra un ve etten ortaya çıkan yemeklerin de halkın damak zevkini oluşturduğunu söyleyebiliriz.

4.6 KAPADOKYA BÖLGESİNDE TURİZM

Tarih ve doğanın birleşmesiyle ortaya çıkan, bir iç deniz durumundayken Hasan Dağı, Güllüdağ ve Erciyes Dağı'ndan çıkan lavların bu denizi kurutması, lavların birikmesiyle peri bacalarının oluşumu, bu alanda akan suların ve asırlarca süren rüzgarların sonucunda eşsiz bir görünüm elde eden Kapadokya, Ihlara, Ürgüp, Avanos, Uçhisar, Göreme, Derinkuyu ve Kaymaklı bölgelerinden oluşan önemli bir turizm merkezidir.

Tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan bölge sonraki zamanlarda Hıristiyanlar için de önemli bir bölge olmuştur. Romalıların baskılarından kurtulmak amacıyla kayalara oyulan evler, kiliseler, yeraltı şehirleri Hıristiyanlar için önemli bir sığınak olmuşken şimdilerde ise turist akınına uğrayan muhteşem yapılar olarak rağbet görmektedir (<http://www.dreamofholiday.com/tr/tanitim/32/nevsehir-kapadokya-tanitim.html>).

UNESCO tarafından 1985 yılında 357 numara ile kayıtlı olan Göreme Milli Parkı ve Kapadokya Dünya Kültür Mirası listesinde yer almaktadır. İç Anadolu bölgesinde Nevşehir ve Kayseri il sınırları içerisinde bulunan Dünya Miras Alanı içinde yer alan yerleşimler şu şekildedir:

Tablo 4.1. Kapadokya Dünya Miras Alanı İçinde Yer Alan Yerleşimler (UNESCO, 2009)

Alan	İli	İlçesi
Göreme Milli Parkı	Nevşehir	Avanos/Ürgüp
Kaymaklı Yer Altı Şehri	Nevşehir	Merkez
Derinkuyu Yer Altı Şehri	Nevşehir	Derinkuyu
Karain Köyü Yerleşmesi	Nevşehir	Ürgüp
Karlık Köyü Yerleşmesi	Nevşehir	Ürgüp
Yeşilöz Köyü Yerleşmesi	Nevşehir	Ürgüp
Soğanlı Köyü Yerleşmesi	Kayseri	Yeşilhisar

4.7 KAPADOKYA BÖLGESİNDE TURİZM TÜRLERİ

Kapadokya, muhteşem doğa güzellikleri ve tarihi kalıntılarıyla dünya listesinde de yerini alan önemli turizm merkezlerinden biridir. Bölge doğa ve kültür turizmi, inanç turizmi, termal turizm, balon turizmi, kongre turizmi gibi birçok turizm faaliyetlerini gerçekleştirmektedir (<http://ahika.gov.tr/assets/ilgili dosyalar/Kapadokya-Turizm-Yatirim-Olanaklari.pdf>).

4.7.1 Doğa ve Kültür Turizmi

Coğrafi olayların şekillendirdiği Kapadokya bölgesi UNESCO bünyesinde kayıtlı ‘Göreme Doğal ve Tarihi Milli Parkı’, Zelve Açık Hava Müzesi, Derinkuyu ve Kaymaklı yer altı şehirleri, Hacı Bektaş Veli Müzesi, oyma evleri, kiliseleri ve vadileriyle doğa ve kültür turizmi için önemli bir kaynak teşkil etmektedir.

Göreme Açık Hava Müzesi

Göreme kasabasının bir kaya yerleşim yeri olan müzede, nerdeyse her kaya bloğunda kiliseler şapeller yemekhaneler bulunmaktadır. Manastır eğitim sisteminin başlatıldığı yer olarak kabul edilen müzede Kızlar ve Erkekler Manastırı, Aziz Basil Kilisesi, Elmalı Kilise, Aziz Barbara Kilisesi, Yılanlı Kilise, Karanlık Kilise, Çarıklı Kilise ve Tokalı Kilise mevcuttur (Nevşehir Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2014).

Zelve Açık Hava Müzesi

Aktepe'nin dik yamaçlarında kurulan, üç vadiden oluşan Zelve Ören Yeri, peribacalarının en yoğun görüldüğü yerdir. 9. ve 13. yüzyılda Hıristiyanlar için önemli bir yerleşim merkezi olan Zelve, aynı zamanda 'Direkli Kilise' ile manastır hayatının ilk yıllarını yansıtmaktadır. Balıklı, geyikli ve üzümlü kiliseler de vadinin dikkat çeken diğer önemli kiliseleridir (Nevşehir Valiliği, 2012).

Hacıbektaş Arkeoloji ve Etnografya Müzesi

Karahöyük kazıları sırasında elde edilen arkeolojik buluntuların sergilendiği müze 1988 tarihinde hizmete açılmıştır.

Özel Müzeler

Kapadokya bölgesindeki özel müzeler:

- Kapadokya İsmail Akman Polis Müzesi
- Kapadokya Kültür Müzesi
- Kapadokya Sanat ve Tarih Müzesi
- Güray Çömlekçilik Müzesi

Vadiler

Yoğun olarak doğa yürüyüşleri için kullanılan vadilerde konser gibi etkinlikler de yapılmakta olup birçok kilise, mezar, barınak ve güvercinlik bulunmaktadır. (<http://ahika.gov.tr/assets/ilgildosyalar/Kapadokya-Turizm-Yatirim-Olanaklari.pdf>).

Yeraltı Şehirleri

Kapadokya’da çeşitli büyüklükte birçok yeraltı şehri mevcut olmakla birlikte bunlar arasında en çok ön plana çıkan Derinkuyu ve Kaymaklı yeraltı şehirleridir. Tarihte birçok saldırıya maruz kalan bölge, halkın kendilerini korumak amacıyla bu sığınakları yapmasını sağlamıştır. Yeraltı şehirlerinin aynı zamanda birbirleriyle bağlantılı gizli geçitleri de mevcuttur (Gülyaz, 2013).

Kiliseler

Bölgenin yumuşak kaya yapısına sahip olmasından ötürü burada yaşayan halk kayaları oyarak kendileri için birçok ev, kilise ve manastır yapmıştır. Özellikle sığınak amaçlı kullanılan alanlarda Bizans sanatının değerli örnekleri mevcuttur. Karanlık Kilise, Tokalı Kilise, Elmalı Kilise ve Çarıklı Kilise bölgenin en önemli kiliseleridir (<http://ahika.gov.tr/assets/ilgidosyalar/Kapadokya-Turizm-Yatirim-Olanaklari.pdf>).

Kervansaray ve Medreseler

Selçuklu dönemi ticaretini yansıtan en önemli öğelerden olan kervansaraylar Kapadokya bölgesinde çokça bulunmakla birlikte bölgenin en önemlileri Saruhan, Sultanhanı ve Ağzıkarahan kervansaraylarıdır.

Kültür, bilim ve sanat konularında elemanların yetiştiği en önemli medreseler ise Taşkınpaşa Medresesi, Hunat Hatun Medresesi, Giyasiye Medresesi ve Ak Medresedir (<http://ahika.gov.tr/assets/ilgidosyalar/Kapadokya-Turizm-Yatirim-Olanaklari.pdf>).

4.7.2 Balon Turizmi

Turlara uygunluğu 1980’li yıllarda keşfedilen ve ticari uçuşlarını on yıl öncesinden itibaren başlatan Kapadokya’nın balon turizmi en önemli turizm alternatifleri arasındadır. Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü’nden(SHGM) ruhsatlı işletme sayısı 25 olup, balon sayı 195’tir. Sıcak hava baloncuğu bölgeye turist akışını sağlayan önemli ekonomik kaynaklardan biridir

(<https://www.dunya.com/sectorler/turizm/kapadokya039nin-turizm-gelirinin-14039u-balondan-haberi-279788>).

4.7.3 İnanç Turizmi

Hıristiyanlığın ilk dönemlerinden beri vadilerde yüzlerce oyma kilise ve 11 adette Ortodoks kilisesi bulunmaktadır. Özellikle Göreme Vadisi olmak üzere, Zelve, Gomedda ve Açıksaray Vadisi kilise ve manastırların en fazla olduğu vadilerdir.

Hacıbektaş ilçesindeki, Hacıbektaş Külliyesi bölgenin inanç turizmine yönelik en önemli yerleşim merkezlerinden biridir. Her yıl ulusal ve uluslararası düzeyde gerçekleştirilen Hacı Bektaş Veli Anma törenlerine binlerce ziyaretçi katılmaktadır. (<https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/nevsehir/turizmaktiviteleri/nanc-tur>).

4.7.4 El Sanatları

Kapadokya bölgesinin doğal ve tarihi yapısı yüzyıllar boyunca insanlar tarafından şekillendirilmiş ve ortaya sanat eserleri çıkmaya başlamıştır. Bu doğal sanat eserleri aynı zamanda halkın geçim kaynağını da oluşturmuştur. Ekonomik getirisi olmasının yanı sıra kültürel mirası da ölümsüzleştiren bu el sanatları, halı dokumacılığı, çömlekçilik, el yapımı bebek üretimi ve oniks taş işlemeciliğidir (<http://wowturkey.com/forum/viewtopic.php?t=93892>).

4.7.5 Atlı Turizm

Pers dilinde adı ‘Güzel Atlar Ülkesi’ olan Kapadokya’nın ismiyle özdeşleşen, Uzakdoğu ve Avrupa ülkeleri başta olmak üzere hem yabancı hem de yerli turistlerin yoğun ilgi gösterdiği bir aktivitedir (<https://www.kapadokyadayim.com/kapadokya-at-turu/>).

Bölgede 3 günden 15 güne kadar at turları düzenleyen 20 işletme bulunmaktadır. Böylece turistlerin bölgede daha fazla kalmaları sağlanırken aynı zamanda kırsaldaki evlerde konaklatılarak kırsal kesimin de ekonomisine katkıda bulunmaktadır (<http://ahika.gov.tr/assets/ilgiledosyalar/Kapadokya-Turizm-Yatirim-Olanaklari.pdf>).

4.7.6 Şarapçılık

Kapadokya bölgesinin yeraltı şehirlerinde bulunan üzüm çiğneme ve şarap yapma bölümlerine dayanarak köklü bir şarapçılık geleneğinin olduğunu ifade edebiliriz (Türkben vd., 2012:49). Bölge emir üzümlerinden şarapların kalitesiyle tanınır. Şarap üreten firmalar arasında en çok Turasan ve Kocabağ ön plana çıkmıştır (İşçen, 2004).



BEŞİNCİ BÖLÜM

KAPADOKYA BÖLGESİNDE KIRSAL TURİZMDE GASTRONOMİK UNSURLARIN İŞLETMELER TARAFINDAN KULLANILMA EĞİLİMİNE İLİŞKİN UYGULAMA

5.1 ARAŞTIRMANIN AMACI

Kırsal turizmin, Türkiye’de kıyı turizmine bir seçenek olması sahip olunan doğal ve kültürel mirasın daha iyi değerlendirilmesi açısından önem arz etmektedir. Ekonomik kalkınma üzerinden ele alırsak öncelikli olarak turizm bu süreçte en güçlü sektörlerden biridir, bundan dolayıdır ki hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler bu sektörden alabilecekleri en büyük faydayı elde etmek istemektedirler. Ülkeler politikalarını doğru uygulayamadıkları takdirde kitle turizm etkinlikleri çoğu zaman az bir katma değer karşılığında turistik değerlerin tahribine yol açmakta ve bu değerlerin kaybına sebep olmaktadır. Türkiye’de istihdama tarımın ve nüfusun korunmasına, doğru planlanmış kentleşmeye ve bizlere miras kalan doğal ve kültürel değerlere ve daha sürdürülebilir bir yaşam için bunlara olanak veren kırsal turizm gerçeğine öncelik verilmesi gerekmektedir. Sürdürülebilir turizm var olan kaynakların en verimli şekilde değerlendirilmesidir. Kapadokya bölgesinin kırsal turizm yapılanmasına uygun niteliği ve gastronomi turizmi potansiyeli bölgenin araştırma konusu olarak seçilmesinde en önemli etkidir.

Bu doğrultuda araştırmanın amacı, Kapadokya bölgesinde uygulanan kırsal turizm faaliyetlerinde gastronomik unsurların kullanım durumunu tespit etmek, bu yapılanmanın planlı bir süreç içinde gerçekleşmesi ve buradaki işletmelerin gastronomik unsurlara dair bilgilerinin ne düzeyde olduğunu ortaya çıkarmaktır. Bir diğer önem arz eden husus ise, Kapadokya bölgesindeki işletmelerin diğer turizm türlerine alternatif olarak ortaya çıkan gastronomi turizmine ne derece eğilimli olduklarını görmek ve bu yönde bölgede gastronomi turizmi faaliyetlerinin uygulanabilme durumunu belirlemektir. Araştırma için bu amaçlar hedef nokta olarak belirlenmiş ve bu çerçevede katılımcıların da katkılarıyla elde edilen bulgular

doğrultusunda kırsal turizm olgusunu destekleyen gastronomik unsurların bölgede daha verimli bir şekilde kullanılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

5.2 ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu araştırmada sosyal bilimlerin nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi, kullanılmıştır. Nitel araştırmanın tercih sebebi araştırmacının da katılımcı olması, konunun kendi doğal çevresinde incelenmek istenmesi, entegre yaklaşım ve algıları ifade etmesidir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Araştırma kapsamında görüşülen katılımcılara birtakım terimlerin açıklanarak bilgi verilmesi gerektiğinden verilere ölçekli sorularla ulaşılması pek mümkün olmadığından ötürü çalışma görüşme yöntemini kullanmayı gerektirmiştir. Görüşme yönteminin tercih edilmesi ise araştırılan konunun sınırlı ve ulaşılabilir sayıda katılımcıların görüşlerine yönelik olmasıdır.

5.3 EVREN VE ÖRNEKLEM

Kapadokya bölgesinin kırsal turizm faaliyetlerine uygun doğal ve kültürel yapısı bu bölgenin araştırma konusu olarak seçilmesinde temel sebep olmuştur. Örneklem sürecinde, görüşme yönteminin gerekliliği olarak Kapadokya'da kırsal turizm ve gastronomi konusuyla ilgili çeşitli bilgi ve tecrübelerine sahip bireylere ulaşmak amaçlanmıştır. Uygulama çalışması, Kapadokya bölgesinde bulunan seyahat acentaları, yeme-içme ve konaklama işletmelerinde gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın evrenini Ürgüp, Göreme, Avanos, Derinkuyu ve Uçhisar'da bulunan seyahat acentaları, yeme-içme ve konaklama işletmeleri oluşturmaktadır.

Araştırmanın örneklemini ise, uygulamanın evrenini oluşturan işletmelerdeki yöneticiler ve bu işletmelerde yer alan çalışanlar oluşturmaktadır.

5.4 MÜLAKATIN HAZIRLANIŞI

Çalışmanın mülakat kısmında sorular, turizm sektörüyle ilgilenen ve bu işletmelerde çalışan kişilere sorulacak şekilde hazırlanmıştır. Soruların hazırlanması

sırasında Mursalov (2009)'un çalışmasından yararlanılmış ve bu çalışmanın ışığında uzman kişilerin görüşleri de alınarak uyarlanmıştır.

Oluşturulan soruların katılımcılar tarafından rahatça anlaşılabilir olması açısından, özellikle turizm konusunda eğitim görmüş kişilerce, sorular değerlendirilmeye tabi tutulmuş ve gerekli bulunan yerlerde birtakım ifade değişikliklerine gidilerek daha açıklayıcı ve anlaşılır cümleler kullanılmıştır. Bu duruma rağmen bazı terimsel unsurlar temel haliyle yazılmış ve katılımcılara soruların sorulma aşamasında bu kavramlar açıklanmıştır. Özellikle gastronomi ve kırsal turizm kavramları hakkında aydınlatıcı tanımlamalar yapılarak mülakat kapsamında daha doğru bilgilerle güvenilir bir sonuç elde edilmeye çalışılmıştır.

5.5 VERİ TOPLAMA SÜRECİ

Araştırmada gerekli veri ve bilgilere ulaşılabilmesi için yüz yüze görüşme yöntemi uygulanmıştır. Kapadokya bölgesinde turizmle uğraşan işletmeler belirlenmiş olup, görüşmeler randevu alma usulüne göre yürütülmüş ve alınan cevaplar not tutularak kayıt altına alınmıştır. Görüşmelerde ses kayıt cihazı kullanılmamıştır. Görüşmeye başlamadan önce katılımcıların seslerinin kayıt altına alınmayacağı ifade edilerek bu konuya açıklık getirilmiş, bu sayede uygun görüşme ortamı oluşturulmaya çalışılmıştır. Görüşmeler katılımcıların birimlerinde gerçekleştirilmiş ve görüşmelerin süresi ortalama 30-40 dakika sürmüştür.

5.6 ANALİZ

Elde edilen verilerde kullanılan sorular “betimsel analiz” yöntemi ile değerlendirilmiştir. Bu araştırma yönteminde araştırmacı görüşmeyi gerçekleştirdiği kişilerin alıntılarına sık sık yer verebilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Veriler görüşme formunda yer alan sorular doğrultusunda oluşturulmuş ve analiz edilmiştir. Görüşme formunda yer alan sorular katılımcılar tarafından değerlendirilmiş ve nitel araştırma bulguları olarak ilişkilendirilmiştir.

5.7 SINIRLILIK

Araştırma sırasında birtakım zorluklarla karşılaşmıştır. Araştırma sırasında karşılaşılan zorluklar veri toplama zamanında olmuştur. Kırsal turizmin yaratılması ve geliştirilmesine dair bilgi eksikliği ve bundan dolayı günümüzde Nevşehir’de kırsal turizm potansiyeli ile ilgili düşünce veya fikir söyleyebilen kişilerin sayısının çok kısıtlı olmasıdır. Konuyla ilgili görüştüğüm birçok kişi bana gereken bilgileri veremediğinden dolayı mülakatı kabul etmemiştir. Diğer taraftan bazı kişiler yoğun iş temposu nedeniyle görüşmeyi kabul etmemiş, bazıları ise randevu saatini birkaç kere değiştirmiştir. Bu zorluklardan dolayı sadece 21 kişiyle yapılan görüşmeler geçerli sayılarak araştırmanın örnekleme oluşturulmuştur.

5.8 BULGULAR

Araştırmada veri toplamak için 21 kişi ile görüşülmüştür. Aşağıda görüşmede yer alan katılımcıların demografik özelliklerine yer verilmiştir.

Tablo 5.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcı	Yaş	Cinsiyet	Eğitim Durumu	Meslek
1. Katılımcı	25	Erkek	Lisans	Resepsiyon Şefi
2. Katılımcı	22	Erkek	Ortaöğretim	Garson
3. Katılımcı	23	Erkek	Lisans	Garson
4. Katılımcı	23	Erkek	Lisans	Restoran Şefi
5. Katılımcı	42	Erkek	Lisans	Personel Müdürü
6. Katılımcı	34	Kadın	İlkokul	Kat Hizmetleri
7. Katılımcı	40	Kadın	Ortaöğretim	Kat Hizmetleri

8. Katılımcı	28	Kadın	Lisans	Resepsiyonist
9. Katılımcı	42	Erkek	Ortaöğretim	Aşçı
10. Katılımcı	21	Erkek	Ortaöğretim	Garson
11. Katılımcı	29	Erkek	Lisans	Personel Müdürü
12. Katılımcı	32	Kadın	Ortaöğretim	Kat Hizmetleri
13. Katılımcı	39	Erkek	Lisans	Resepsiyon Şefi
14. Katılımcı	23	Erkek	Lisans	Resepsiyonist
15. Katılımcı	24	Kadın	Lisans	Kat Müdürü
16. Katılımcı	28	Kadın	Lisans	Tur Operatörü
17. Katılımcı	27	Erkek	Lisans	Garson
18. Katılımcı	31	Erkek	Lisans	Restoran Şefi
19. Katılımcı	24	Erkek	Lisans	Garson
20. Katılımcı	42	Kadın	Yüksek Lisans	Personel Müdürü
21. Katılımcı	23	Erkek	Lisans	Resepsiyonist

Araştırmada katılımcılara kırsal turizm ve gastronominin ilişkilendirilmesine dair farklı sorular yöneltilmiştir. Katılımcıların bu sorulara vermiş oldukları cevaplar aşağıda analiz edilmiştir.

1. Turizm sektörünün Nevşehir ekonomisine etkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?

'...Turizm sektörü Nevşehir ekonomisinin büyük bir bölümünü kapsamaktadır. Burada istihdam edenlerin çoğu turizm sektöründen hayatlarını sürdürmektedirler. Son dönemlerde artan turist sayısı ile artan ekonominin de etkisiyle turizm sektörünün geliştiği görülmektedir ve bu da turizm çalışanlarını doğrudan etkilemektedir.'

Genel olarak verilen cevaplar Nevşehir ekonomisini oluşturan en önemli sektörün hizmet sektörü olduğu ve turizmin getirisinin önemli ölçüde katkı sağladığı noktasında yoğunlaşmaktadır.

2. Turizm açısından değerlendirildiğinde Kapadokya bölgesinin potansiyeli hakkında neler söyleyebilirsiniz?

'...Kapadokya dünyada eşi ve benzeri bulunmayan bir yer olarak herkes tarafından bilinmektedir. Doğal oluşumlarıyla ve Hristiyanlığın doğuş noktası olmasıyla birlikte birçok yerli turist de ilgisini çeken bir bölge olarak görülmektedir. Deniz-kum-güneş üçlüsünün ülkemizde çok önemli bir yer taşıdığı doğrudur fakat bu bölgelerde uygulanan her şey dahil sistemleriyle birlikte turizm baltalanmaktadır. Kapadokya bölgesinde genelde BB(Oda-Kahvaltı) olarak konaklama çeşitlerinin bulunması ve kendi tabii güzelliğiyle ilgi çekici olması ileriki dönemlerde şu anki potansiyelinden daha büyük bir yere taşınacağını mümkün kılmaktadır.'

Katılımcıların genel cevabı gerekli potansiyelin olduğu ve bununla beraber halk pazarlarıyla yerli üretim malları çeşitlerinin arttırılarak pazarlanmasının sektör temsilcilerinin de el birliğiyle bu potansiyelin geliştirilmesine yönelik çalışmaların yapılması, yönündedir.

3. Nevşehir'in kırsal turizm açısından en büyük potansiyele sahip bölgesi hangisidir?

'...Kırsal turizm denildiğinde aslında İç Anadolu Bölgesi'nin bu konuda eksik olduğu düşünülmektedir. Fakat Nevşehir'e yakın olarak Kayseri'nin doğa içerisinde

bulunan yaylalarının kullanılması buna örnek olarak gösterilebilir. Şu anda Kapadokya bölgesinin canlandırabilmesi için bazı ekstra aktiviteler oluşmaktadır.

Kırsal turizmin bir konusuna da dahil olabilecek Ürgüp'ün Ayvalı köyünde Cooking Class dersi altında yöresel yemekler tanıtılarak güzel ülkemizin yerel köylülerinin yaşam biçimleri hakkında turistlerin ilgilerini çekecek dersler verilerek yemekler yenilmektedir. Bunun için özellikle köy evleri seçilmektedir. Amerika'nın bazı acente sitelerinde Kapadokya resmi altında gözleme açan yerel bayanlarımız yer almaktadır ki bu da insanların farklı kültürler hakkında ilgi çekmesini sağlamaktadır. Alternatif turizm çeşitlerinden birisi olan kırsal turizmi 12 aya yayabilmek ileriki dönemler için çok büyük bir yol kat edecektir.'

Görüşme yapılan kişilerin çoğu, Nevşehir'in Ürgüp, Göreme, Avanos, Hacıbektaş, Ihlara Vadisi ve Derinkuyu'suyla turizm açısından şehrin en önemli potansiyele sahip olan bölgeleri olduğu kanısındadırlar.

4. Nevşehir'de hangi turistik ürünler geliştirilebilir?

'...Kapadokya bölgesinde maalesef ki ülkemizde de olduğu gibi kış sezonunda büyük bir düşüş yaşanmaktadır. Yaşanan düşüş ile birlikte turizmde çalışan insanların çoğu işsiz kalmakta ve birçok sıkıntılar yaşamaktadır. Kış sezonunu canlandırabilecek ve yüksek sezonda daha ilgi çekecek alternatif turizm çeşitlerinden faydalanma bölge açısından yarar sağlayacaktır. Kozaklı gibi termal bir yere sahip olan Kapadokya bölgesi sağlık turizmi açısından da büyük bir önem taşımaktadır. Türkiye'nin en büyük ikinci dağı olan Erciyes dağının Nevşehir bölgesine yakın olması çekicilik unsuru olarak fayda sağlamaktadır. Bazı alternatiflerin değerlendirilerek çalışma yapılması ve insanların ilgisini çekecek farklı şeylere yönlenmesi bölge açısından sağlıklı olacaktır.'

Katılımcılar gezi ve balon turları, golf sahaları, sağlık turizmi ve kongre turizmi bağlamında merkezlerin oluşturulması, yiyecek-içecek çeşitlendirilmesi ve buna bağlı olarak yöresel yemeklere mönülerde daha çok yer verilmesi gibi önerilerde bulunmuşlardır.

5. Kapadokya bölgesinde hangi turistik ürünlerin geliştirilmesinin bölge için daha faydalı olacağını düşünüyorsunuz?

'...Sağlık turizmi- kış turizmi- kongre turizmi- ve bunlara eklenebilecek çeşitli alternatifler de Kapadokya Bölgesi açısından fayda sağlayacaktır. Fakat ürün çeşitliliğinden de ziyade tutundurma faaliyetlerinin vazgeçilmezi olan reklam ve tanıtım faaliyetlerinin daha fazla artış göstermesi gerekmektedir.'

Bu soruya daha çok tarihi ve doğal güzelliklere sahip kırsal kesime uygun bölge turları ve buna ek olarak yöresel yiyecekleri tanıtacak daha fazla işletmenin varlığına duyulan ihtiyaç olarak fikirler sunulmuştur. Diğer taraftan çekicilik unsurlarının yeterince değerlendirilmesinin bölgeler arasındaki talep dengesizliğinin ortadan kaldırılması bakımından önemli olduğu da katılımcılar tarafından vurgulanmıştır.

6. Kırsal turizm ve gastronomik değerler açısından Kapadokya bölgesinin potansiyelini nasıl değerlendiriyorsunuz?

'...İç Anadolu gastronomi unsurları açısından çok önemli bir yerdir ve yiyecek içecek zenginliği çok fazladır. Bir testi kebabı olsun, mantısı olsun insanların iştahlarını kendi yöresel zenginlikleriyle kabartan bir yöredir. Özellikle Kapadokya'nın üzümünün çok yaygın olmasıyla birlikte bölgede çeşitli şarap türleri sevenlerinin ilgisini çekmektedir.'

Cevaplar bölgenin bu konuda potansiyel arz etmesine rağmen çok zayıf bir şekilde kaldığı, bu konuda destinasyonlardaki yetkililerce personellerin bilinçlendirilerek gastronomik faaliyetlerin öne çıkarılması ve gerekli tanıtımların etkili bir şekilde gerçekleşmesi gerektiği yönündedir.

7. Kırsal turizm ve gastronomik unsurların geliştirilmesi sizce bölgeye ne tür yararlar sağlayabilir?

'...Bölge üzerinde 9 ay olan turizmin 12 aya çıkmasını etkileyecektir. 12 aya çıkan turizmin, turizmde istihdam edilen insanların evlerine 3 ay daha fazla gelir götüreceği,

sıkıntı çekmeyeceği anlaşılacaktır ve dahası ülke ekonomisi ve imajına da yeterli katkı sağlayacaktır.'

Katılımcılardan biri, kırsal dokunun tahrip edilmesi üzerinde durmuş ve özellikle bu noktada da gerekli önlemlerin alınması gerektiğini vurgulayarak gelişimin bölgenin tanıtımı açısından önemli olacağını belirtmiştir. Diğer katılımcılar ise bölgenin daha fazla turist çekeceğinin ve buna bağlı olarak da işsizliğin azalıp, refah seviyesinin artacağı ve sıcak para akışının sağlanacağı üzerinde durmuşlardır.

8. Kırsal turizmin geliştirilmesine yönelik gastronomik unsurların kullanılmasıyla ilgili neler söyleyebilirsiniz?

'...Kırsal turizmin geliştirilmesine yönelik gastronomik unsurların yeri yadsınamaz bir gerçektir. Kırsal bir bölgedeki yiyecek içecek alışkanlıkları, bir sütün nasıl sağıldığı, ya da yöresel bir yemeğin nasıl hazırlandığını gözlemlemek insanların ilgisini çeken bir unsur olarak görülmektedir.'

'...Kırsal turizmde insanlar dinlenmeyi, doğa ile baş başa olmayı amaçlamaktadır. Dolayısıyla yediğinden içtiğine kadar her şeyin doğal olmasını tercih edecektir. Gastronomik unsurlar ile kırsal turizm bir bütün oluşturabilir.'

Katılımcılar kırsal turizmi bütünleyen bir özelliğe sahip olan gastronomi turizminin turistlerin yöresel olarak üretilen, yerel yiyecekleri tüketmesi sonucu bölgeye ekonomik bir çarpan etkisi yapabileceğine dikkat çekmişlerdir.

Yöreye özgü mutfağın aynı zamanda bölge için sembolik bir yapı oluşturabileceği ve daha fazla turist çekebilmesini umut ettiklerini belirtmişlerdir. Bir bölgede var olan kaliteli yiyecek-içecek, o bölgede turizm ürünü ve turist deneyimi olarak geliştirilebilmekte ve yerel halkın da bu noktada bilinçlendirilerek gelir seviyelerinin artacağı ve yöresel kalkınmaya katkı yapabileceği konusunda vurgular yapılmıştır.

9. Nevşehir'de kırsal turizmin geleceği için neler söyleyebilirsiniz ve bu turizm türünün gelişimi için önerileriniz var mıdır?

'...Dünyada hemen her mutfağın temel sayılacak bazı özellikleri bulunmaktadır. Bunları, o mutfağı diğer mutfaklardan ayıran özellikler olarak ifade edebiliriz. Nevşehir bölgesinde de şarap ön plana çıkmaktadır. Kapadokya beyaz şaraplar için düşünülebilecek en ideal iklim ve toprak koşullarına sahiptir. Bölgeye özgü beyaz Emir üzüm cinsini ıslah etmek için çalışılması gerekmektedir.'

Katılımcıların çoğu Nevşehir'in çok büyük turistik potansiyele sahip olduğunu belirtmiştir. Ama turizm sektöründe yaşanan çok büyük kadro yetersizliği ve bu sektöre olan ilgisizlikten dolayı Nevşehir'de mevcut olan bu potansiyelin yeterince değerlendirilemediğine dair açıklamalarda bulunmuşlardır.

ALTINCI BÖLÜM

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Turizm özellikle son yüzyılda oldukça hızlı gelişmeler kat etmiştir. Bu gelişme ile birlikte ekonomiye olan katkısı artmaktadır. Bu anlamda turizmin bir ülkenin bütünü veya bilhassa bölgesel kalkınması için önemi artmaktadır. Bölgesel veya ulusal kalkınma sağlarken ülke insanını istihdam etmekte, böylelikle işsizlik problemini hafifletmektedir. Turizm sektöründe çalışan firmaların/çalışanların kazançları vergilendirilerek ülke hazinesine kaynak sağlanmaktadır. Özellikle yabancı turistlerin ülke ekonomisine döviz girdisi sağlamasıyla dış ticaret açığının azalmasına katkıda bulunulmuştur.

Doğası, tarihi, kültürü olduğu gibi korunan güzellikler turizm açısından en çekici alanları oluşturmaktadır. Doğal güzellikler, kültür veya tarihi kalıntılar aşırı ve özensiz kullanım ile yozlaşabilmekte veya zarara uğrayabilmektedir. Güzelliklerin olduğu gibi korunması turizm sürekliliği açısından önem arz etmektedir. Kırsal turizm özü itibarıyla yereldeki tarihi, kültürel veya doğal güzelliklerin olduğu gibi korunmasını gerektirmektedir. Bu hususta kırsal turizm doğal dengenin korunmasını sağlayarak turizmin sürekliliğini sağlayabilir. Böylelikle kültürel miras yaşatılmakla birlikte, yöresel ekonomik kalkınma sağlanabilir. Ayrıca kırsal turizmin yöre insanına iş sağlama nedeniyle kırsaldan kente göç engellenebilir (Çeltek, 2004).

Tüketicilerin buldukları yerden başka bir yere gitmeleri, tatil için olanak yaratmaları adına yapılan bütün hizmetler turistik ürünü oluşturmaktadır. Bir diğer tanımıyla turistik ürün bir paket turu kapsayan hizmetlerin tamamıdır. Bu sektörde üretilen ürünler depolanamaz, soyuttur ve üretildikleri anda ve yerde tüketilirler. Turizmde herhangi bir somut veya tükenmesi söz konusu olan ürünler üretilmez, sektörde üretilen ve satılanlar hizmettir. Bu doğrultuda turizm kar açısından en önde gelen sektörlerdendir. Bu sebeple özellikle kalkınma ihtiyacı olan kırsal alanların buna dayanarak avantajları fırsata çevirmeleri kaçınılmaz olmalıdır.

Sanayileşme beraberinde şehirleşmeyi getirmiştir. Teknolojik gelişim ile birlikte şehirler kırsal alanlara göre pek çok anlamda avantajlı duruma geçmiştir. Bu durum tarımın da ekonomik öneminin azalması ile birlikte kırsal alandan şehire göçe neden olmaktadır. Böylelikle şehirlerde vasıfsız işçi sayısı artmakta, istihdam problemine neden olmaktadır. Ayrıca köyden kente göç edenlerin yaşadıkları uyum problemiyle sosyal sıkıntılar baş göstermektedir.

Birçok ülkede bölgeler arası kalkınma farklılıkları olağan bir durum haline almıştır. Diğer birçok ülkede olduğu gibi ülkemizde de bölgesel gelişmişlik farklılıkları büyük bir problem olarak varlığını sürdürmektedir. Bölgesel gelişim farklılıkları özellikle görece geri kalmış bölgelerde var olan doğal güzellikleri turizme kazandırarak azaltılabilir. Bölgenin sahip olduğu doğa, tarih ve kültür ancak turizm sayesinde, bilhassa kırsal turizm ile çekici hale getirilip bölge ekonomisine katkı sağlar duruma getirilebilir. Böylelikle ekonomik kalkınma beraberinde bölge insanı için istihdam sağlayacaktır. Bölgenin altyapısının gelişmesine ve yabancı sermayenin bölgeye gelmesine olanak sağlayacaktır. Bu durum bölgeden göçü azaltacaktır. Ayrıca bölge insanının yaşam koşullarını, eğitim seviyesini ve yaşam standardını iyileştirecektir. Böylelikle bölgenin genel anlamda kalkınması sağlanacak ve bölgesel gelişim farklılıkları azaltılabilecektir.

Bir bölgenin ekonomik olarak kalkınması açısından kırsal turizmin geliştirilmesi önemli bir etkidir. Temel olarak bölgenin bu durum için potansiyeli söz konusu ise başarılı bir kalkınma doğru bir planlamayla kaçınılmaz olacaktır. Kırsal bölgeler sosyal ve kültürel olarak, temiz havası, tarıma dayalı etkinlikleri, doğal yaşamı ve değerleriyle turistler için önemli bir çekim merkezi olabilir. Buna dayanarak kırsal alandaki yerli halk için iş ve gelir olanakları sağlanabilir. Kırsal alanlarda turistik ürünün oluşabilmesi ancak o yöreye turistlerin gelmesiyle mümkündür. Bölgelerarası gelişmişlik farkı ve yoksulluğun çok olduğu ülkelerde, kırsal turizm arz potansiyelinin etkin bir şekilde kullanılmasıyla bu sorunların giderilmesine destek verilmektedir. Özellikle tarımsal faaliyetlerin yoğun olduğu yerlerde çiftçilerin asıl uğraşı olan tarımı terk etmeden, yörenin sahip olduğu doğal, sosyo-kültürel ve tarihsel değerleri, turizm amaçlı kullanarak kendilerine bir ek gelir sağlamak ve refah düzeylerini yükseltmek kırsal

turizmle mümkündür (Çeken, Karadağ ve Dalgın, 2007).

Rekabetin gün geçtikçe arttığı küreselleşen dünyada turizm pastasından aldığı payı arttırmak isteyen ülkelerin turizm potansiyellerinin tanıtılmasında kendi mutfak ürünlerini kullanma istekleri gün geçtikçe artmaktadır. Yeme içmenin bilime ve sanata dönüştürülmesi olarak değerlendirilen ‘gastronomi, artık turizmle bütünleşmeye, bölgelerin ve ülkelerin tanıtımında etkin bir rol oynamaya başlamaktadır (Küçükaltan, 2009: 8). Gastronomi, içinde barındırdığı tüm sanatsal ve bilimsel unsurlarla yiyecek ve içeceklerin tarihsel gelişme sürecinden başlayarak tüm özelliklerinin ayrıntılı bir biçimde anlaşılması, uygulanması ve geliştirilerek günümüz şartlarına uyarlanması çalışmalarını kapsayan bir bilim dalı olarak tanımlanabilir (Hatipoğlu, 2010:4).

Deniz, güneş, kum üçlüsüne seçenек olarak ortaya çıkan sağlık turizmi, kültür turizmi, av turizmi, inanç turizmi gibi turizm türlerinin yanı sıra son zamanların popüler kültürü olan gastronomi de bir turizm türü olarak varlık göstermiş ve sektörde önemli bir yer edinmiştir. Turistik işletmelere giden misafirler, buldukları yerin yeme içme kültürünü öğrenme ve yiyeceklerin tadını keşfetme isteğinde bulunmaktadırlar (Göker, 2011:1). Kişilerdeki bu değişik tatları tatma isteği daha farklı bir boyuta ulaşır bazen bu tatların yapımını öğrenme merakıyla da sonuçlanabiliyor. Yemek kültürleri her daim turizm işletmeleri için önemli bir cazibe ögesi olmuştur. Gastronomi turizmi, hızlı yaşamın getirmiş olduğu standart yiyeceklerden sıkılmış olan turistlere farklı tatları, kokuları, dokuları keşfetme ve bunları hissederek yaşatabilecek yerel kültürün içinde benzersiz anılar biriktirecek ziyaretçilerine bu deneyimi sunan bir turizm faktörüdür. (Kesici, 2012: 35)

Turistlerin tercih ettikleri mekânların en önemli ve dikkat çeken değerlerinden biri olan yemek kültürü aynı zamanda bu destinasyondaki soyut olan varlıkların somut bir şekilde sunulmuş temel unsurlarından biridir (Çevik ve Saçılık, 2011: 2-3). Yerel mutfak kültürü değerleri ve benliğiyle kendince bir kimlik yaratıp, bu yönüyle yöreler arası farklılığı en belirgin şekilde yansıtan önemli bir unsurdur (Long, 2004: 24). Gastronomi turizmi bir yörenin yemek kültürünü farklı bölgelerin tanınmasına ve aynı zamanda bölgeler arası etkileşime olanak sağlar (Kodaş ve Dikici, 2012: 55). Toplumların gelişim ve değişim sürecini hızlandıran en önemli etkenlerden biri

teknolojinin gelişimi ve süratli bir şekilde yayılmasıdır.

Türk mutfağı kültürünün kaybolmaması ve yemek kültürünün geleceğe taşınması adına gerekli tedbirler alınmalı ve Türk mutfak kültürüne dair planlı tanıtımlar yapılmalıdır (Şanlıer, Cömert ve Özkaya 2012: 155). Ne yazık ki Türk mutfağıyla ilgili kapsamlı tanıtımlar yapılamadığından tarihi bir geçmişe sahip olan zengin Türk mutfağı turizm sektöründe kendini gösterememiş ve buna bağlı olarak gastronomi turizmi de gölgede kalmıştır (Özkaya ve Can, 2012: 28). Çeşitli kültürlerin bir araya gelerek oluşturduğu muhteşem yemekleriyle dünyanın zengin mutfakları arasında öne çıkan Türk mutfağı, sistemli bir konumlandırma ve ortaya çıkarılacak çekicilik unsurlarıyla sektörün markalaşıp büyümesine önemli katkılar sağlayacaktır (Güzel, 2009: 28). Bu sebeple hedef tüketicide reklam ve pazarlama yöntemiyle Türk mutfağına dair özel bir algı oluşturularak bölgesel mutfakların da kendini gösterebileceği bir alan yaratılacaktır.

Kapadokya bu sebeplere bağlı olarak zaten etkin olduğu birçok turizm faaliyetiyle gastronomi turizmini birleştirerek gücünü büyütmüş olacak ve böylece diğer rakiplerine karşı kuvvetlenmiş bir şekilde rekabetini sürdürecektir. Bünyesinde barındırdığı ürün yelpazesıyla Kapadokya bölgesi gastronomik açıdan da güçlü bir yapıya sahiptir. Bölgelerin genel problemi olan kitle turizmiyle karşılaşma sıkıntısı kaçınılmaz bir gerçek olup ne yazıkki kapasitesi dışına taşan etkinliklerden ötürü gidilen bölgelerde tahribata sebep olmakla birlikte bazı bölgelerde ve belli aylarda yoğunluk yaşanmasına ve bu aylar dışında kalan zamanlarda ise ziyaretçilerin azalmasına sebebiyet verdiği için ekonomik sıkıntıyı da arttırmaktadır. Alternatif turizm türlerinden biri olan gastronomi turizmi kitle turizminin oluşturmuş olduğu bu yoğunluktan ötürü ortaya çıkan olumsuzlukları en aza indirmeyi amaçlamaktadır. Aynı zamanda turizmi mevsimsellikten kurtararak tüm yıla yaymayı ve böylece turizmi farklı bölgelere sıçratarak ekonomiyi sağlam bir denge üzerine kurmayı planlamaktadır. Böylece bölgeler arası ekonomik farklılıklar da azalacaktır. Deniz, kum, güneş üçlüsüne bağlı olarak uzun zamandır sürdürülen ülke turizmi alternatiflere yönelerek bu sıkışmışlığın yükünden kurtulmalı ve bu yöndeki yoğunluğu azaltmalıdır. Gastronomi turizmi bu açıdan ülke turizminin dönüm noktası olabilir. Kapadokya bölgesi farklı yapısıyla turizm türlerinin geliştirilmesi için gerekli imaja ve kaynağa sahiptir. Bunlara

bağlı olarak Kapadokya’da bölgesel kalkınma ve gelişimin artması için kitle turizmi gibi yoğun turizm türlerine yönelmektense özel ilgi turizmi ön plana çıkarılmalı ve geliştirilmelidir. Bu durum bölgenin kültürel öğelerinin de oluşturulması bakımından önem arz etmektedir. Kapadokya bölgesindeki potansiyel kaynakların sağladığı olanaklarla ortaya çıkmış olan yemek kültürü, Kapadokya bölgesinin içinde barındırdığı doğal ve kültürel cazibenin ön plana çıkmasına katkıda bulunacaktır. Kapadokya bölgesine gelen turistlerin doyum noktasına ulaşmaları ve bölgeyi tekrardan ziyaret etme motivasyonları yerel yemek kültürünün öne çıkarılmasıyla gerçekleştirilebilir (Şerefoğlu, 2009).

Türkiye’de kırsal kalkınma projeleri planlama dönemleriyle birlikte uygulamaya konmuş lakin doğru bir entegrasyon içermediği için beklenildiği gibi bir sonuç elde edilememiştir. Yakın zamanlarda kazanılan deneyimler doğrultusunda uygulamaya konan projelerle daha kapsamlı yaklaşımların uyum içinde olduğu gözlemlenmiştir (Şerefoğlu, 2009).

Kırsal turizm, kırsal kalkınmayı daha etkin hale getirmek ve bununla birlikte canlanan ekonomiye daha iyi katkılar sağlamak, iktisadi etkenlerin çeşitlendirilmesi adına önemli kazançlar elde ettiren bir turizm türüdür. Metropol hayatın içinde yer alan yoğun nüfus, boğucu havalar ve hızlı yaşamın getirmiş olduğu stresten kaçmak isteyen kişiler için ulaşılmak istenen önemli bir turizm çeşididir. Kapadokya’da kırsal hayatın sunmuş olduğu etkenleri gastronomik unsurlarla birleştirme kapsamında burdaki ekonomik kalkınmayı artırmak ve kırsal turizmin gelişimine daha etkileyici kapılar açmak adına araştırmalar yapmak ve bununla beraber bölgenin gelişimini daha ileriye taşımak için birtakım çözüm önerileri sunmak bu araştırmanın temel amacıdır. Bu açıklamalar doğrultusunda uygulanması istenilen politikalarda bulunması arzu edilen birtakım unsurlar aşağıda belirtilmiştir;

- Avrupa’da Kırsal Turizm başlığı altında oluşturulan tek örgüt EuroGites’dir. EuroGites’e ait bir web sitesi kurulmuştur ve bu örgüte dahil olabilmek için birtakım şartlar aranmaktadır. Ülkemizde ise turizm konusunda var olan hiçbir kurum bu örgüte üye değildir. Örgüte üye olmayı gerçekleştirebilmek için birtakım kriterler aranmaktadır. Türkiye’de faaliyette olan derneklerin turizm

konusunda öne çıkabilmesi için yeniliklerin ve düzenlemelerin hızlandırılarak bu örgüte üye olabilmesi açısından olanaklar sağlanmalıdır. Henüz kurulmamış derneklere ise pansiyon v.b işletmelerin üyeliği ile bunlara dair istatistiki bilgilerin erişim olanağı sağlanarak ulaşımı kolaylaştırılmalıdır. Bu uygulamanın başarı oranını artırmak amacıyla başta pilot il düzeyinde başlatılması daha sonra yaygınlaştırılması daha doğru olacaktır.

- Kırsal turizm halk tarafından nadir duyulan ve hatta tam olarak ne anlama geldiği bilinmeyen bir alandır. Bu sebepten ötürü kırsal kesimdeki halk bilgilendirilmeli ve ilgi çekici hale getirilecek eğitim planlamaları yapılmalıdır. Böylece turizmi o yörede gerçekleştirmek ve sürdürülebilir kılmak açısından önemli bir unsur gerçekleştirilmiş olacaktır.
- Kırsal turizm alanındaki eğitimler üç basamaktan oluşmalıdır. Eğitimcilerin eğitimi (bölgesel lider sayılabilecek eğitimciler), kırsal turizm ürünlerini oluşturanların eğitimi (kişi ve organizasyonlar) ve resmi yetkili uzman ve yöneticilerin eğitimi bu üç basamağı oluşturur.
- Kırsal turizm çok önemli bir alan olup yeterli özen gösterilmemektedir. Bir ticaret olarak ele alındığında ileri düzeyde uzmanlık bilgisi gerektirmektedir. Ancak kırsalda yaşayan halkın eğitim ve bilinç düzeylerine bakıldığında turist çekme konusunda yetersiz olduğu söylenebilir. Bu kırsal turizm için en önemli etmenlerden biri olup bu konuda çalışmalar ve projeler yürütülmelidir.
- Sürdürülebilir turizm adı altında, kırsal alandaki yerel dernek v.b. küçük kuruluşlara önem verip onlarla ortak projeler yürütülmelidir. Bölgelerin kırsal ve yerel varlığına değer verip onları desteklemek, turizmin bir parçası haline getirmek bir ülkedeki turizmin daha farklı alanlarda gerçekleştirilebilmesi ve sürdürülebilirliğine katkıda bulunur.
- Kırsal turizm eğitim aşamalarından biri olan yerel yöneticilerin eğitimi büyük önem taşımaktadır. Çünkü bu basamak uzmanlık bilgisi isteyen ancak bunun için uzun zaman gerektiren ve kazanılması kolay olmayan bilgi ve beceri dizisinden oluşmuştur. Bu eğitimin en verimli şekilde yerel yöneticiler ve kırsal

girişimcilere verilmesi sağlanmalıdır. Bu hedefler gerçekleştirildiği takdirde kırsal turizmin uygulanabilirliği daha başarılı olacaktır.

- Bazı kırsal alanlarda yaşayanlar uzun süredir orada olup, bölgenin varlığını paylaşmaktan hoşlanmayıp yapılan etkinliklerde de kırsal alanın kimliğini paylaşmaktan kaçınmaktadırlar. Özellikle bu gibi yerlerde ciddi anlamda girişimci eksikliği bulunmaktadır. Bu sebeple bu bölgelere de gerekli özen gösterilip çalışmalara ve promosyonlara ağırlık verilmesi gerekmektedir.
- Türkiye’de kırsal turizm denilince akla gelen problemlerin başında en az eğitim kadar önem taşıyan ‘pazarlama’ gelir. Bunun için küçük pansiyon ve motellerde internet erişiminin sağlanması ve yerel ağın güçlendirilmesi gerekmektedir. Pazarlamanın direkt olarak internet üzerinden olması gerekir. Bu işletmelere bu sistemin sağlanamadığı durumlarda dernek ve kooperatif gibi yerlerden yardım aracılığıyla yeni bir sistem oluşturulmalıdır (Şereföglü, 2009).
- Kırsal turizmin geliştirilmesine yönelik gastronomik unsurların kullanımı için gastronomi turizminin kökeninde yer alan tarım, kültür ve turizmin birleşimiyle bölgesel bir çekicilik ve deneyim bölgenin konumlandırılması adına fırsat sağlar (<https://www.turizmgunlugu.com/2017/11/08/goremeden-gastronomi-turizmine-katki/>).
- Kapadokya bölgesiyle ilgili tanıtım materyallerinde ve web sitelerinde yerel gastronomik unsurlara yer verilmesi ve bu doğrultuda yerli ve yabancı ziyaretçilerin bölgenin gastronomisi hakkında bilgi sahibi olmaları sağlanabilir.
- Yiyecek ve bağ bozumu festivalleri, yemek yarışmaları, yemek kursları, şarap fabrikaları ve üzüm bağları ziyaretleri bölgenin gastronomik turizm ürünlerini oluşturmaktadır. Buna bağlı olarak ürünlerin çeşitliliği artırılıp deneyimlenmesi teşvik edilebilir (Yılmaz, 2017).

Yeme içme ihtiyacı yiyeceklere kolay ulaşılabilme ve hızla gelişen toplum yapısıyla beraber insanların en büyük zevklerinden birine dönüşmüştür. İnsanlar daha önce biyolojik yani bedensel ihtiyaçtan karınlarını doyuruyorken bugün sosyalleşme, farklı deneyimler elde etme ve değişik lezzetlerle doyuma ulaşma isteğiyle de gastronomi turizmine katılmaya ve ilgi göstermeye başlamışlardır (Örgün, Keskin).

Kapadokya bölgesinin ulusal ve uluslararası platformlarda tanıtımları gerçekleştirilmektedir. Bölge tanıtımı için katılım sağlanan fuarlar şu şekildedir:

Tablo 6.1 Kapadokya Bölgesi'nin Tanıtımı İçin Katılım Sağlanan Fuarlar (<http://ahika.gov.tr/assets/ilgiledosyalar/Kapadokya-Turizm-Yatirim-Olanaklari.pdf>)

Fuar Adı	Ülke adı	Şehir adı
FITUR Turizm Fuarı	İspanya	Madrid
BIT Milano T.F	İtalya	Milano
ITB Berlin Turizm Fuarı	Almanya	Berlin
MITT Moskova	Rusya	Moskova
World Travel Market	İngiltere	Londra
ABAV Turizm Fuarı	Brezilya	Rio de janerio
JATA Tabihaku Seyahat Fuarı	Japonya	Tokyo

Kamu kuruluşları, seyahat acenteleri, konaklama tesisleri işbirliğiyle ya da bireysel olarak gerçekleştirilen bu tanıtım faaliyetlerinde Kapadokya gastronomisine ait standlar kurulabilir, tanıtıma katılan kişilere ikramlarda bulunularak bölge gastronomisine olan ilgileri arttırılabilir.

Türkiye de her yıl yörelere özgü tanıtım faaliyetleri düzenlenmektedir. Bu tanıtım programlarında bölge mutfaklarının eşsiz lezzetlerine yer verilmesi kaçınılmaz bir gerekliliktir. Bölgelerimizde hangi yemeklerin yenildiğini, yemeklerin özelliklerini ve

tarihçelerini, hangi içeceklerin tercih edildiğini ve tercih edime nedenlerini belirten gastronomi rehberleri oluşturulmalıdır. Oluşturulan bu rehberlerin kitlelere ulaşması için uluslararası yayın yapan tv kanallarında, dergilerde ve sosyal medyada konumlandırılmalıdır. Daha önce yapılan çalışmalar incelendiğinde turistlerin büyük çoğunluğunun Türk mutfağıyla ilgili bilgileri televizyon ve yazılı medyadan (dergi) öğrendiği bilgilerine ulaşılmıştır (Cömert ve Özkaya, 2014: 65). Fakat gelişen teknolojiyle birlikte artık günümüzde hızlı, düşük maliyetli ve en kolay şekilde kitlelere ulaşma aracı sosyal medyadır. Amaç mutfak kültürünün farklı ülkelerde tanıtılması olduğu için hazırlanacak olan rehberler farklı dillerde olmalı ve gerektiğinde seyahat acenteleri, oteller ve restoranlar aracılığıyla farklı gruplara ulaşmak için de kullanılmalıdır. Özellikle tanıtım faaliyetleri olarak turistlere yönelik yiyecek içecek üretimi ve sunumu yapılan mekânlarda tanıtım filmleri çekilebilir ve bu tanıtımlara yönelik broşürler hazırlanabilir (Albayrak, 2013).

Mutfak kültürünün tanıtımına yönelik hazırlanan tanıtım rehberlerinde yiyeceklerin özelliklerinin değiştirilmemiş ve yöresel lezzetlerinin ilk günkü halini koruyor olmasına önem verilmelidir (Cömert, 2014: 69). Turistlere şarap tatma, organik yemek turları gibi etkinlikler düzenleyip yerel mutfak kültürünü deneyimleme imkânı sunulabilir (Çalışkan, 2013: 46). Ayrıca turistler için vazgeçilmez unsurlar arasında yemek ve restoran seçiminde sunulan yemeklerin kalitesi, çeşitliliği ve servisin de yer aldığı görülmektedir (Yenipınar, Köşker ve Karacaoğlu, 2014: 20). Bunların yanı sıra sağlık, beslenme, konfor ve hijyen konuları da önemlidir. Restoran yöneticilerinin en azından standartları karşılayacak düzeyde yemek kalitesi, sağlık, konfor ve hijyen konularında özenli davranmaları gerekmektedir (Özdemir, 2010:229). Diğer yandan Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünün bir bilim dalı olarak üniversitelerde kabul edilmiş olması yüksek lisans ve doktora programının yaygınlaştırılması önemli bir gereklilik olup gelişme arz etmektedir. İlgili bölümün yaygınlaştırılması, mutfak kültürümüzü yüzeysellikten kurtarıp derinlemesine araştırmalar yapılmasına olanak sağlayacaktır (Kesici, 2012:36).

KAYNAKÇA

- Ahiler Kalkınma Ajansı, *Kapadokya'da Turizm Yatırımı Olanakları*.
<http://ahika.gov.tr/assets/ilgidosyalar/Kapadokya-Turizm-Yatirim-Olanaklari.pdf>
- Ahipaşaoğlu, S., Çeltek, E. (2006). *Sürdürülebilir Kırsal Turizm*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Akça, H. (2004). “*Dünyada ve Türkiye’de Kırsal Turizm*”. Ekonomik ve Teknik Dergi Standard, 43 (513), 64-70.
- Akça, H. (2006). “*Assessment of Rural Tourism in Turkey Using SWOT Analysis*” [*SWOT Analizi yöntemiyle Türkiye’de Kırsal Turizmin Değerlendirilmesi*], Journal of Applied Sciences, 6(13), 2838.
- Akgöl, Y. (2012). *Gastronomi Turizmi ve Türkiye’yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mersin: Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi.
- Akış, S. (Mart-Haziran 1999): “*Sürdürülebilir Turizm ve Türkiye*”. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*.
- Akman, M., Mete, M. (1998). *Türk ve Dünya Mutfakları*. Konya: Selçuk üniversitesi basım evi.
- Albayrak, A. (2013). “*Farklı Milletlerden Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Saptanması Üzerine Bir Çalışma*”. Journal Of Yasar University, 30(8), 5049-5063.
- Anadolu Ajansı. *Lezzet Haritası*. <http://www.aa.com.tr/tr/turkce-sabit-icerikler/29951--lezzet-haritasi>
- Ankara Ticaret Odası, <http://www.atonet.org.tr/yeni/index.php?p=1475&l=1>
- Barkat, S. M., Vermignon, V. (Mayıs 2006). “*Gastronomy Tourism: A comparative study of Two French Regions: Brittany and La Martinique*” [*Gastronomi Turizmi Açısından Fransız Bölgeleri Brittany ve La Martinique’in Karşılaştırmalı Çalışması*] Sustainable Tourism with Special Reference to Islands and Small

States conference

- Barutçugil, İ. (1989). *Turizm İşletmeciliği*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş..
- Başaran, N. A. (2002). *Turizm*. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.
- Bayer, Z. M. (1992). *Turizme Giriş*. İstanbul: Küre Ajans.
- Baysal, A., Küçükaslan, N. (2003). *Beslenme ilkeleri ve menü planlama*. Bursa: Ekin Kitabevi.
- Baysal, A., Küçükaslan, N. (2007). *Beslenme ilkeleri ve menü planlaması*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Bilgim Nette, *Gastronomi Nedir*. <http://www.bilgimnette.com/gastronomi-nedir.html>
- Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO), ‘Türkiye’nin Dünya Miras Alanları’ , 2009.
- Blakey, C. (2012). “Consuming Place: Tourism’s Gastronomy Connection”. University of Hawai ‘i at Hilo· Hawai ‘i Community College HOHONU, 51-54.
- “Bölgesel Turizm Pazarlaması”. (Nisan 2005). Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17(1).
- Burkart, A. J., Medlk, S. (1981). *Tourism: Past, Present and Future*. London: William Heinemann Ltd.,
- Cellar Tours (t.y.). <http://www.cellartours.com/culinary-tours/>
- Climate-Data.Org <https://tr.climate-data.org/location/116468/>
- Cömert, M., Özkaya , F. D. (2014). “*Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi*”. Journal Of Tourism And Gastronomy Studies, 2(2), 62-66.
- Cömert, M., Kızılkaya, Ö. & Durlu-Ozkaya, F. (Nisan 2009). *Türk Mutfağında ve Turizm işletmelerinde Salebin Yeri* [Poster]. 3. Ulusal Gastronomi Sempozyumu, Antalya.
- Çalışkan, O. (2013). “*Destinasyon Rekabetçiliği Ve Seyahat Motivasyon Bakımından Gastronomik Kimlik*”. Journal Of Tourism And Gastronomy Studies, 2, 39-51.

- Çeken, H., Karadağ, L., & Dalgın, T., (2007). “*Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm ve Türkiye’ye Yönelik Teorik Bir Çalışma*”. Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 7(1), 1-14.
- Çeltek, E. (2004). *Kırsal Turizm ve Tokat İlinin Kırsal Turizm Potansiyelinin S.W.O.T. Analizi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çetinel, F. G. (2001): “*Turizm Pazarlamasında Alternatif Yaklaşım Olarak Bölgesel Turizm Pazarlaması*”. Anadolu Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi, 17(1).
- Çevik, S., & Saçılık, M. (Aralık 2011) “Destinasyonun Rekabet Avantajı Elde Etmesinde Gastronomi Turizminin Rolü: Erdek Örneği”. *Ulusal Turizm Kongresi, Düzce*.
- Demircioğlu, G. (Ekim 1993). “Kırsal Turizm Nedir?”. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5, 8-10.
- Doğan, G. (2012). ‘Ankara İli Ayaş İlçesinin Kırsal Turizm Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi’. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: *Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*.
- Doğaner, S. (2003). ‘Türkiye Turizm Coğrafyası’. *Çantay Kitabevi*, İstanbul.
- Doğdubay, M., & Giritlioğlu, İ. (2008). “Turistik Ürün Çeşitlendirilmesi”. Hacıoğlu N. ve Avcıkurt C. (Ed.), *Mutfak Turizmi* (ss. 433), Ankara: *Detay Yayıncılık*.
- Doğu Anadolu Turizm Geliştirme Projesi (2009). <http://www.datur.com/tr/index.php>
- Dosthane, <http://www.dosthane.de/nevsehir.php>
- Du Rand G. E, & Heath, E. (2006). “Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing” [Hedef Pazarlamanın Bir Unsuru Olarak Gıda Turizmine Yönelik Bir Çerçeveye Doğru]. *Current Issues In Tourism*, 9, 206–34.
- Dünya Senin, Hadi Keşfetsene, <http://www.kesfetsene.com>
- Erdem, B., & Girgin, G. K. (2008) “Spor Turizmi”, Hacıoğlu N. ve Avcıkurt C. (Ed.), *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (ss. 385-410), Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

- Erdoğan, N. (2003). 'Çevre ve (Eko) Turizm'. Ankara: Erk Yayınları.
- Ersun, N. Ve Arslan, K., 2009. "Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Kapadokya Bölgesi'nde Kongre Turizmini Geliştirme Olanakları", *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 34, Temmuz-Aralık 2009, 139-164 s.
- Exclusive Travels (ty), www.exclusivetravels.com/itineraries/Portugal_Gastronomy.pdf
- Everett, S., & Aitchison, C. (2008). "The Role of Food Tourism in Sustaining Regional Identity: A Case Study of Cornwall, South West England" [Bölgesel Kimliğin Sürdürülmesinde Gıda Turizminin Rolü: Cornwall, Güney Batı İngiltere'nin Bir Durum Çalışması]. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 150-167.
- Evliyaoğlu, Sait. (1989). Genel Turizm Bilgileri. Ankara.
- Food Vacation (2010). Gastronomy Tourism/Communications Concentration. <http://www.foodvacation.com/instituteofgastronomy/id11.html>
- Fumey, G., & Etcheverria, O. (2007). *Dünya Mutfakları Atlası*. (Çev.: İsmail Yerguz). İstanbul: NTV Yayınları.
- Gillespie C., & Cousins, J. A. (2001). European gastronomy into the 21st century. Oxford: Butterworth- Heinemann.
- Göçhan, N. (2009). Gözde Gastronomi Turları. http://www.sabah.com.tr/Turizm/2009/5/12/ gozde_ gastronomic_ turlari
- Göker, G. (2011). Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi (Balıkesir İli Örneği) (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir: *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Göksan, Ergün (1978). Turizm Olayı. İzmir.
- Güneş, G., Ülker, H. İ., & Karakoç, G. (Nisan 2008). "Sürdürülebilir Turizmde Yöresel Yemek Kültürünün Önemi" [Bildiri], 2. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirisi*, Alanya.
- Gürer, N. (2003). Kırsal Geleneksel Konut Dokusunun Turizm Balgamında

- Değerlendirilmesi Cumalıkızık Örneği (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: *Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*.
- Gülyaz, M. (2012). 'Kapadokya Cep Kitapçığı', Ahiler Kalkınma Ajansı.
- Güzel, G. (2009). "Gastronomi ve İnovasyon". *İz Atılım Üniversitesi Dergisi*, 8, 28-29.
- Hall, C. M., & Mitchell, R. (2000). "Wine tourism in the Mediterranean: a tool for restructuring and development". *Thunderbird International Business Review*, 42(4), 308.
- Haldar Piali (2007). "Rural Tourism-Challenges and Opportunities". *International Marketing Conference on Marketing Society: Co-Operative, Rural & Bop Marketing, Kalinga Institute of Industrial Technology University*.
- Hall, C. M., & Sharples, L. (2003). "The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste". C. M. Hall (Ed.), *Food tourism around the world: Development, management and markets* (ss. 1-24) içinde, Oxford: Butterworth-Heinemann
- Hall, C. M., & Mitchell, R. (2005). "Gastronomic tourism: Comparing food and wine tourism experiences". M. Novelli (Ed.), *Niche Tourism: contemporary issues, trends and cases: Routledge* içinde.
- Hatipoğlu, A. (2010). 'İnançların Gastronomi Üzerindeki Etkileri: Bodrum'daki Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Yöneticilerinin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma' (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya: *Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Hazar, A. (2007). Spor ve Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ignatov, E., & Smith, S. (2006). "Segmenting Canadian culinary tourists". *Current Issues in Tourism*, 9(3), 235.
- İlhan, İ. (2011). Gastronomi: Yeme-içme bilim ve sanatı. <http://yemek.meltem.gen.tr/?yazi=19>
- İncekara, A. (1998). 'Doğu Anadolu'da Kış Turizmi ve Gelişme Olanakları'. *İstanbul Ticaret Odası, Yayın No : 1998-18, İstanbul*.

- İnceöz, S. (2009). “Turistlerin Seyahat Motivasyonunun Belirlenmesinde Türk Mutfağına Yönelik Durum Değerlendirmesi”. *III. Ulusal Gastronomi Sempozyumu*, Antalya.
- İşçen, Y. (2004). ‘Kapadokya’da Şarapçılık’, <http://www.cappadociaexplorer.com/detay.php?id=232&cid=172>
- Kapadokya Hakkında Her Şey, (2017). <https://www.kapadokyadayim.com/kapadokya-at-turu/>
- Kaya, H. (1996). İnanç Turizmi, Bursa: *Özhan Matbaa*.
- Kesici, M. (2012). “Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek Ve İçecek Kültürünün Rolü”. *KMÜ Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 33-37.
- Kiper, T. (2006). ‘Safranbolu Yörüköyü Peyzaj Potansiyelinin Kırsal Turizm Açısından Değerlendirilmesi’ (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ankara: *Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*.
- Kivela, J., Crotts, J. C. (2005). “Gastronomy Tourism: A Meaningful Travel Market Segment”. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4 (2/3).
- Kivela, J., Crotts, J. C. (2006). “Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination”. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-355.
- Koçel, T. (2003). ‘İşletme Yöneticiliği’. İstanbul: *Beta Basım Yayım Dağıtım*.
- Kodaş, D., & Dikici, E. (2012). “Ahlat, Kırsal Bölgesinde Gastronomi Turizminin Muhtemel Toplumsal Etkileri Üzerine Nitel Bir Çalışma”. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4(2), 51-69.
- Kozak, M. ve Bahar O. (2005). *Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edilebilirlik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köroğlu, A., & Köroğlu, Ö. (2006). “Kırsal Turizmin Yöre Kalkınmasındaki Rolü: Buldan Yöresi Kırsal Turizm Potansiyeli” [Bildiri]. *Buldan Sempozyumu Bildiri Kitabı*, 23- 24 Kasım 2006, (ss. 233-242), Denizli.

- Küçükaltan, G. (2009). “Küreselleşme Sürecinde Gastronomide Yöresel Tatların Turistlerin Destinasyon Tercihlerine Ve Ülke Ekonomilerine Etkileri” [Bildiri]. 3. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri* 17-18 Nisan, Antalya.
- Lokantacılar ve Pastacılar Derneği, *Gastronomi ve Turizm*.
<http://lokantacilarvepastacilar.org.tr/gastronomi-ve-turizm.html>
- Long, M. L. (2004). *Culinary Tourism*. USA: The University Press of Kentucky.
- Lorousse Gastronomique Türkçe Ansiklopedi (2005). Robuchon, Joel (Ed.), (ss. 395-396) İstanbul: Oğlak Güzel Kitaplar Yayınevi.
- Mair H., Reid Dr. D., Wanda, G., & Taylor, J. (2001). “Planning for Growth? Rethinking the Rural Tourism Opportunity”, *Mair/Canadian Society Extension*.
- Maviş, F. (2008). ‘Endüstriyel Yiyecek Üretimi’, Ankara: *Detay Yayıncılık*.
- McGettian, F. - Burns, K., (2001). ‘Clonmacnoise: a Monastic Site, Burial Ground and Tourist Attraction’. *Cultural Attractions and European Tourism (Edited by Greg Richards)*, 135-159, CABI Publishing, UK.
- Meltem.gen.tr. (t.y.). <http://yemek.meltem.gen.tr/?yazi=19>
- Milli Parklar Genel Müdürlüğü (<http://www.milliparklar.gov.tr>)
- Morgül, Ş. M. (2006). ‘Trakya Bölgesinde Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesine İlişkin Analiz: Kırklareli Örneği’ (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Edirne : *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*
- Mursalov, M. (2009). ‘Bir Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Olarak Kış Turizmi Ve Kış Turizmi Açısından Azerbaycan’ın Guba-Haçmaz Turizm Bölgesinin Arz Potansiyeli’. İzmir : *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*
- Nevşehir El Sanatları, <http://wowturkey.com/forum/viewtopic.php?t=93892>
- Nevşehir İl Planlama Müdürlüğü. (2006). Durum Analizi Raporu.
- Nevşehir-Kapadokya Tanıtım. (<http://www.dreamofholiday.com/tr/tanitim/32/nevsehir-kapadokya-tanitim.html>)

- Nevşehir Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 'Göreme Açık Hava Müzesi',
www.nevsehirkulturuzm.gov.tr, (2014).
- Nevşehir Sanayi ve Ticaret Müdürlüğü (2006). Yıllık Ekonomik ve Ticari Durum Raporu.
- Nevşehir Valiliği, Kapadokya Tanıtım Kitabı, (2012).
- Novelli, M. (2005). "Niche tourism: contemporary issues, trends and cases: Routledge".
- Oasis (2009). *İstanbul Culinary Institute İle Gastronomik Turlarımız*.
<http://www.oasis.com.tr/tr/default.asp?iId=GDLFHK>
- Olalı, H.; Alp, T. (1986). 'Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri'. İzmir: *Ofis Ticaret Matbaacılık San. Ltd. Şti.*
- Örgün E., Örgün K., 'Geleneksel Avanos Mutfağı ve Gastronomi Turizmine Kzandırılması',
https://www.academia.edu/11765270/GELENEKSEL_AVANOS_MUTFA%C4%9EI_VE_GASTRONOM%C4%B0_TUR%C4%B0ZM%C4%B0NE_KAZANDIRILMASI
- Ötügen, Y. (1987). 'Göreme'. Ankara: *Turizm ve Kültür Bakanlığı Yayınları*.
- Özdemir, B. (2010). "Dışarıda Yemek Yeme Olgusu: Kuramsal Bir Model Önerisi".
Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 21(2), 218-232.
- Özkan, E. (2007). 'Türkiye'de Kırsal Kalkınma Politikaları Ve Kırsal Turizm' (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Özkaya, D. F., & Can, A. (2012). "Gastronomi Turizminin Destinasyon Pazarlamasına Etkisi". *Türk Tarım, Gıda Tarım Ve Hayvancılık Bakanlığı Dergisi*, 206, 28-33.
- Öztürk, Y., & Yazıcıoğlu, K. (2002) "Gelişmekte Olan Ülkeler için Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma". *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 183-195.
- Paramo, R. M. (2006). "Gastronomic Heritage and Cultural Tourism. An exploration of

- the Notion of Risk in Traditional Mexican Food and the Gastronomic System”.
The Essex Graduate Journal of Sociology, 6.
- Park, C. H. (2008). ‘Delights in Farm Guesthouses: Nongjiale Tourism, Rural Development and the Regime of Leisure in Post-Mao China’ (Yayımlanmamış Doktora Tezi). California: *University of California*.
- Richards, G. (2002). “Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption”. A.-M. Hjalager & G. Richards (Ed.), *Tourism and gastronomy* (ss. 3-20), London: Routledge.
- Samancı Ö. (2013) ‘Gastronomi Terimi Üzerine’. (<http://foodlife.com.tr/makale/616>).
- Sezgin, O. M. (1995). “Genel Turizm Turistik Kavramlar”. *Ekonomi Pazarlama Turizm Mevzuatı*, Tutibay Ltd. Şti., Ankara.
- Soykan, F. (Mart-Haziran 1999). “Doğal Çevre ve Kırsal Kültürlerle Bütünleşen Bir Turizm Türü: Kırsal Turizm”. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Ankara.
- Soykan, F. (Mart-Haziran 2000). “Kırsal turizm ve Avrupa’da Kazanılan Deneyim”. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Ankara
- Soykan, F. (2003). “Kırsal Turizm Ve Türkiye Turizmi İçin Önemi”. *Ege Coğrafya Dergisi*, 12, 1-13.
- Soykan, F. (2006). “Avrupa’da Kırsal Turizme Bakış Açısı ve Kazanılan Deneyim” [Bildiri]. *II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, 20-22 Nisan, (ss.71-87), Balıkesir.
- Şafak, İ. (2003). “Türkiye’de Av Turizmi Uygulamalarının Özel Avlak İşletmelerine Etkileri”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 2,133-148.
- Şamiloğlu, F., Karacaer, S. (2011). ‘Kapadokya Yöresinin Turizm Potansiyeli ve Türkiye Ekonomisindeki Yeri’. *I. Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu*.
- Şanlıer, N., Cömert, M., Özkaya, F.D. (2012). “Gençlerin Türk Mutfağına Bakış Açısı”. *Milli Folklor Dergisi*, 94(24), 152-162.

- Şanlıer, N. (2005). “Yerli Ve Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşleri”.
G.Ü. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 25(1), 213-227.
- Şerefoğlu, C. (2009). ‘Kalkınmada Kırsal Turizmin Rolü- 2007-2013 Yılları Arasında Ülkemizde Uygulanacak Olan İpard Kırsal Kalkınma Programındaki Yeri, Önemi Ve Beklenen Gelişmeler’. (Uzmanlık Tezi), Ankara.
- Turizm Günlüğü, ‘Göreme’den Gastronomi Turizmine Katkı’,
<https://www.turizmgunlugu.com/2017/11/08/goremeden-gastronomi-turizmine-katki/>
- Turizm Haberleri, ‘Kapadokya’nın Turizm Gelirinin %14’ü Balondan’,
<https://www.dunya.com/sectorler/turizm/kapadokya039nin-turizm-gelirinin-14039u-balondan-haberi-279788>
- Tümer, G., Küçük, A. (1997). ‘Dinler Tarihi’. İstanbul: *Ocak Yayınları*.
- Türkben, C., Gül, F. ve Uzar, Y. (2012). ‘Türkiye’de Bağcılığın Tarım Turizmi (Agro Turizm) İçindeki Yeri Ve Önemi, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*.
- Türkeş, M. (2005). ‘Orta Kızılırmak Bölümü Güney Kesiminin (Kapadokya Yöresi) İklimi Ve Çölleşmeden Etkilenebilirliği’. *Ege Coğrafya Dergisi*, 73-89, İzmir.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (t.y.). ‘Tanım ve Yöntemler , Değişkenler Listesi’
[www.tuik.gov.tr/Alt Kategori](http://www.tuik.gov.tr/AltKategori)
- Türkiye İstatistik Kurumu (2013). ‘Seçilmiş Göstergelerle Nevşehir 2013’.
<http://www.tuik.gov.tr/ilGostergeleri/iller/NEVSEHIR.pdf>
- T.C. Kalkınma Bakanlığı (2006). Kırsal Kalkınma Politikaları Özel İhtisas Alt Komisyonu Raporu, Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013), Ankara.
- Türkiye Kültür Portalı, İnanç Turizmi, (2013).
<https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/nevsehir/turizmaktiviteleri/nanc-tur>
- T.C. Kültür Turizm Bakanlığı (www.kulturturizm.gov.tr)

- T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, *Nevşehir Genel Bilgiler*.
<http://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/nevsehir/genelbilgiler>
- Uyar, H., Zengin, B. (2015). ‘Gastronomi Turizminin Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Değerlendirilmesi Bağlamında Gastronomi Turizm İndeksinin Oluşturulması’. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*.
- Ünal, T. (1993). “Yumuşak Turizm Bir Ülkenin Yerleşme Politikaları ve Alt Yapısı ile Doğru Orantılıdır”. 2000 Yılına Doğru Turizm Mimarlığı Paneli, (ss. 10), İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Matbaası.
- Ürgar, S. (1993). *Genel Turizm Bilgisi*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Yayınları.
- Vasquez, J. L., Alvarez, R., Georgiev, I., & Naghiu, A. (2005). “Role of Bulgarian Country Image As International Rural Tourism Destination”, *Trakia Journal of Science*, 3(7), 37-40.
- Wikipedia Özgür Ansiklopedi (t.y.). ‘Gastronomi’. <http://tr.wikipedia.org/wiki/Gastronomi>
- Winter, T., Teo, P., ve Chang T.C. (2008). ‘Asia On Tour: Exploring The Rise Of Asian Tourism: Routledge’.
- Wolf, E. (2006). ‘Culinary Tourism The Hidden Harvest’. ABD-Lowa: Kendall/Hunt Publishing Company.
- Woodruff, J. (1997). Oregon agri tourism (Agritourism benefits agriculture in San Diego County) ([http:// www.sfc.ucdavis.edu/agritourism/ agritourSD.html](http://www.sfc.ucdavis.edu/agritourism/agritourSD.html)).
- WFTA (2013). ‘Food Tourism Benefits’. <http://www.worldfoodtravel.org/benefits-of-food-tourism/>
- Yenipınar U. (2005). “İnanç Turizmi Kapsamında, Ege Bölgesindeki Yedi Kiliselerin Turistik Hareketlerinin Yönetimi”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Burdur Meslek Yüksek Okulu III. Ulusal Meslek Yüksek Okulları Sempozyumu*, (ss.198), Altındağ Ofset, Isparta.
- Yenipınar U., Köşker H., & Karacaoğlu, S. (2014). “Turizmde Yerel Yiyeceklerin Önemi Ve Coğrafi İşaretleme: Van Otlı Peyniri”. *Journal Of Tourism And*

Gastronomy Studies, 2(2), 13-23.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013) ‘Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri’. Ankara, Seçkin.

Yılmaz, G., (2017). ‘Gastronomi Ve Turizm İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme’, Akdeniz Üniveristesi.

Yun, D., Hennessey, S. M., & MacDonald, R. (2011). “Understanding Culinary Tourists: Segmentations based on Past Culinary Experiences and Attitudes toward Food-related Behaviour”. *International CHRIE Conference-Refereed Track*.

Yüncü, H. R. (2010). “Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası”. *Aybastı-Kabataş Kurultayı*, Eskişehir.

EKLER

YARI YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME FORMU

Bu çalışma Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi Neriman DOĞAN tarafından, Doç. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK danışmalığında yürütülen, 'Kırsal Turizmde Gastronomik Unsurların Kullanılması: Kapadokya Örneği' isimli tez çalışmasında kullanılmak üzere hazırlanmıştır.

Bu görüşmeden elde edilecek veriler yalnızca bu çalışma için kullanılacaktır.

SORULAR

1. Turizm sektörünün Nevşehir ekonomisine etkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?
2. Turizm açısından değerlendirildiğinde Kapadokya bölgesinin potansiyeli hakkında neler söyleyebilirsiniz?
3. Nevşehir'in kırsal turizm açısından en büyük potansiyele sahip bölgesi hangisidir?
4. Nevşehir'de hangi turistik ürünler geliştirilebilir?
5. Kapadokya bölgesinde hangi turistik ürünlerin geliştirilmesinin bölge için daha faydalı olacağını düşünüyorsunuz?
6. Kırsal turizm ve gastronomik değerler açısından Kapadokya bölgesinin potansiyelini nasıl değerlendiriyorsunuz?
7. Kırsal turizm ve gastronomik unsurların geliştirilmesi sizce bölgeye ne tür yararlar sağlayabilir?
8. Kırsal turizmin geliştirilmesine yönelik gastronomik unsurların kullanılmasıyla ilgili neler söyleyebilirsiniz?
9. Nevşehir'de kırsal turizmin geleceği için neler söyleyebilirsiniz ve bu turizm türünün gelişimi için önerileriniz var mıdır?

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Neriman DOĞAN
Doğum Yeri ve Tarihi	Diyarbakır- 16.11.1987
Eğitim Durumu	
Lisans Öğrenimi	Mustafa Kemal Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik
Y. Lisans Öğrenimi	Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Bildiği Yabancı Diller	İngilizce
Bilimsel Faaliyetleri	
İş Deneyimi	
Stajlar	
Projeler	
Çalıştığı Kurumlar	
İletişim	
E-Posta Adresi	yahsineriman@hotmail.com
Tarih	06.09.2018