

**T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI BİLİM DALI**

**SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN
COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLER: KAYSERİ ÖRNEĞİ**

Dilek Gökçen SABUR

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Danışman:
Prof. Dr. Saniye Gül GÜNEŞ**

Konya-2023

ÖNSÖZ

Lisans eğitimimden itibaren desteğini her aşamada hissettiğim, tecrübesi ve bilgi birikimini esirgemeyen, bana yaptığı şefkatli ve yapıcı eleştirileri ile yol gösteren saygıdeğer hocam, tez danışmanım Prof. Dr. Saniye Gül GÜNEŞ' e bana verdiği emekleri ve desteklerinden dolayı teşekkürlerimi sunarım.

Yüksek lisans eğitimim süresince değerli bilgilerini benimle paylaşan, kendisine ne zaman danışsam bana kıymetli zamanını ayıran, yol gösteren ve destekleyen kıymetli hocam, Arş. Gör. Hasan Suat AKSU' ya teşekkürü borç bilirim.

Lisans ve yüksek lisans eğitimim süresince desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen değerli hocalarım; Prof. Dr. Şafak ÜNÜVAR' a, Doç. Dr. Birsen BULUT SOLAK' a, Doç. Dr. Muhammet ERBAY' a ve tüm hocalarıma ayrı ayrı en derin duygularıyla teşekkürlerimi sunarım.

Hayatımın her anında yanımda olan maddi ve manevi desteklerini benden esirgemeyen annem Betül SABUR' a, babam Murat SABUR' a ve ailemin diğer üyelerine sonsuz teşekkürlerimle.

Yüksek Lisans Tezimi; Gazi Mustafa Kemal ATATÜRK' ün aziz ruhuna ve ölümsüz eseri Türkiye Cumhuriyeti' nin 100. yılına ithaf ediyorum. Sonsuz saygı ve minnetle.

Dilek Gökçen SABUR

ÖZET

Çalışmanın araştırma alanı olan Kayseri, zengin bir gastronomik mirasa sahiptir. Türk Patent ve Marka Kurumu sitesinde yer alan güncel verilere göre Kayseri’ye ait 26 adet ürün tescillenmiştir. Kayseri mutfağı sahip olduğu potansiyel nedeniyle 2021 senesinden itibaren UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı, Gastronomi Şehirleri ulusal listesinde yer almaktadır. Bu noktalardan hareketle Kayseri’de, sürdürülebilir gastronomi turizminin sağlanabilmesi açısından gıda kategorisinde yer alan coğrafi işaretli ürünlerin öneminin ortaya konması amaçlanmaktadır.

Gerçekleştirilen çalışmalar (Işık, 2010; Erbaş, 2011; Altun,2016; Apak, 2016; Şanlıoğlu ve Erdem, 2017; Gülsoy, 2018; Kaya, 2018; Elmacioğlu, 2019) incelendiğinde, Kayseri’nin gastronomi turizmi potansiyelini ve coğrafi işaret tesciline sahip ürünlerini konu edinen az sayıda çalışmaya rastlanmıştır. Bu nedenle, çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışma sonucunda geliştirilen önerilerin ise Kayseri’nin gastronomi turizminin sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından destekleyici ve paydaşlar için yol gösterici olacağı düşünülmektedir. Çalışmada, nitel araştırma kapsamında durum çalışması deseni kullanılmıştır. Bu amaçla veri toplama teknikleri olarak; doküman analizi, saha gözlemi ve görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde; Kayseri’nin gastronomi turizmi açısından yüksek bir potansiyele sahip olduğu; bu potansiyelde ise coğrafi işaretli gıda ürünlerinin önemli bir yere sahip olduğu keşfedilmiştir. Kayseri’nin gastronomi turizmi destinasyonu olabilmesi için tanıtım, pazarlama, destinasyon imajı, iş birliği ve eğitim gibi konularda daha etkin çalışmalar yürütmesi gerekliliği sonucuna varılmıştır. Bu kapsamda elde edilen bulgular neticesinde öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kayseri, Gastronomi Turizmi, Sürdürülebilirlik, Coğrafi İşaret, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı.

ABSTRACT

In order to protect the local cuisine culture and transfer it to future generations, efforts should be made to ensure the sustainability of gastronomy tourism. Within the scope of these studies, it is of great importance to protect and increase the recognition of local products through geographical indication registration. Kayseri, the research area of the study, has a rich gastronomic heritage. According to the current data on the website of the Turkish Patent and Trademark Office, 26 products of Kayseri have been registered. Due to its potential, Kayseri cuisine has been included in the UNESCO Creative Cities Network, Cities of Gastronomy national list since 2021. Based on these points, it is aimed to reveal the importance of geographically marked products in the food category in terms of providing sustainable gastronomy tourism in Kayseri.

When the studies were examined, (Işık, 2010; Erbaş, 2011; Altun,2016; Apak, 2016; Şanlıoğlu ve Erdem, 2017; Gülsoy, 2018; Kaya, 2018; Elmacıoğlu, 2019) few studies were found on Kayseri's gastronomy tourism potential and geographical indication registered products. For this reason, it is thought that the study will contribute to the literature. It is thought that the recommendations developed as a result of the study will be supportive and guiding for stakeholders in terms of ensuring the sustainability of Kayseri's gastronomy tourism. In the study, case study design was used within the scope of qualitative research. For this purpose, document analysis, observation and interview techniques were used as data collection techniques. When the findings obtained as a result of the study were analysed; it was discovered that Kayseri has a high potential in terms of gastronomy tourism and that geographically marked food products have an important place in this potential. It has been concluded that Kayseri should carry out more effective studies on issues such as promotion, marketing, destination image, cooperation and training in order to become a gastronomy tourism destination.

Keywords: Kayseri, Gastronomy Tourism, Sustainability, Geographical Indication, UNESCO Creative Cities Network.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	i
ÖZET	ii
ABSTRACT	iii
İÇİNDEKİLER	iv
KISALTMALAR LİSTESİ	vii
TABLolar LİSTESİ	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	ix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM

1.1. Sürdürülebilirlik Kavramı	3
1.2. Sürdürülebilir Turizm ve Önemi	8
1.3. Sürdürülebilir Turizmin Özellikleri ve İlkeleri	12

İKİNCİ BÖLÜM

GASTRONOMİ TURİZMİ

2.1. Gastronomi Kavramı ve Tarihsel Gelişimi	17
2.2. Gastronomi Turizmi	24
2.2.1. Gastronomi Turizminin Özellikleri ve Önemi	26
2.3. Gastronomi Turizmi ve Sürdürülebilirlik.....	30
2.4. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı ve Gastronomi Şehirleri	33

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

COĞRAFI İŞARET VE SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİ TURİZMİ

3.1. Coğrafi İşaret Kavramı.....	36
3.1.1. Coğrafi İşaret Kavramının Tarihsel Gelişimi	37
3.2. Coğrafi İşaret Tescili.....	39
3.2.1. Coğrafi İşaret Tescilinin Sınıflandırılması	41
3.2.2. AB’de Coğrafi İşaret Tescili	42
3.2.3. Türkiye’de Coğrafi İşaret Tescili	45
3.3. Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi ve Coğrafi İşaret Tescili	46

3.3.1. Coğrafi İşaret ı ve Sürdürülebilirlik İlişkisi	48
3.3.2. Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Açısından Coğrafi İşaret Tescilinin Önemi.....	50

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

KAYSERİ İLİ ÖRNEĞİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİ TURİZMİ VE COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜNLER

4.1. Kayseri'nin Tarihi ve Genel Özellikleri.....	52
4.1.1. Hititliler Öncesinde ve Hititliler Döneminde Kayseri.....	53
4.1.2. Bizans İmparatorluğu Döneminde Kayseri	54
4.1.3. Anadolu Selçuklu Devleti Döneminde Kayseri	54
4.1.4. Osmanlı İmparatorluğu Döneminde Kayseri	55
4.1.5. Cumhuriyet Döneminde Kayseri.....	56
4.2. Kayseri’de Turizmin Mevcut Durumu.....	57
4.2.1. Kayseri’de Akarsu ve Rafting Turizmi	59
4.2.2. Kayseri’de Dağcılık Turizmi.....	59
4.2.3. Kayseri’de Doğa Turizmi.....	59
4.2.4. Kayseri’de Kış Turizmi.....	61
4.2.5. Hava Sporları	65
4.2.6. İnanç Turizmi	65
4.2.7. Kültür ve Tarih Turizmi	66
4.3. Kayseri’nin Turizm Potansiyeli	69
4.4. Kayseri’nin Mutfak Kültürü ve Yöresel Lezzetleri.....	71
4.4.1. Kayseri Mutfağının Yöresel Yemekleri	75
4.4.1.1. Çorbalar.....	75
4.4.1.2. Et ve Sebze Yemekleri	75
4.4.1.3. Hamur İşleri	75
4.4.1.4. Tatlılar	75
4.4.1.5. İçecekler	75
4.5. Kayseri ve Gastronomi Turizmi.....	76
4.6. Kayseri’nin Coğrafi İşaretlı Ürünleri	77

BEŞİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

5.1. Araştırmanın Konusu	81
--------------------------------	----

5.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi	81
5.3. Araştırmanın Varsayımları.....	84
5.4. Araştırmanın Sınırlılıkları	84
5.5. Araştırmanın Yöntemi.....	84
5.5.1. Nitel Yöntem.....	85
5.5.2. Araştırmanın Modeli	86
5.5.2.1. Durum Çalışması (Case Study) Modeli	86
5.6. Evren ve Örneklem	87
5.7. Veri Toplama Araçları ve Süreci	90
5.8. Verilerin Analizi	93
5.9. İnanırlılık, Aktarılabirlik, Teyit Edilebilirlik	94

ALTINCI BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

6.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	95
6.2. Kayseri’de Öne Çıkan Turizm Türleri ve Yerel Kalkınmaya Etkisi.....	96
6.3. Kayseri’nin Gastronomi Turizmi Potansiyeli	98
6.4. Kayseri’nin Önemli Bir Gastronomi Destinasyonu Olabilmesi İçin Neler Yapılabilir?	101
6.5. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına Katılım Amaçlı Çalışmalar	104
6.6. Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi ve Coğrafi İşaretli Ürünler	107
6.7. Paydaşlar Neler Yapmalılar?.....	111
6.8. Coğrafi İşaret Tescili Hakkında Görüşler	114
6.9. Menüde Yer Alan Coğrafi İşaretli Ürünler	115
6.10. Coğrafi İşaretli Ürünlerin Restoran İşletmelerine Katkısı	116
6.11. Restoran Yöneticileri Perspektifinden Coğrafi İşaretli Ürünler ve Gastronomi Turizmi..	117
TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER	120
KAYNAKÇA	137
EKLER.....	157

KISALTMALAR LİSTESİ

AB: Avrupa Birliği

BM (UN): Birleşmiş Milletler (United Nations)

CI: Coğrafi İşaret

EPATS: E-devlet Türk Patent ve Marka Kurumu

ICTSD: International Centre for Trade and Sustainable Development

ITC: International Trade Centre

IULA-EMME: Uluslararası Yerel Yönetimler Birliği Doğu Akdeniz ve Orta Doğu Bölge Teşkilatı

ORAN: Orta Anadolu Kalkınma Ajansı

SMK: Sınai Mülkiyet Kanunu

TPE: Türk Patent Enstitüsü

TSE: Türk Standartları Enstitüsü

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

TURSAB: Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği

TÜRKPATENT: Türk Patent ve Marka Kurumu

UNEP: United Nations Environment Programme (Birleşmiş Milletler Çevre Programı)

UNESCO: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

UNWTO: Dünya Turizm Örgütü

WIPO: World Intellectual Property Organization (Dünya Fikrî Mülkiyet Örgütü)

YÜCİTA: Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretler Türkiye Araştırma Ağı

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Turizmin Sosyal Yapı Etkileri ve Bileşenlerinden Örnekler	13
Tablo 2. Kayseri'nin Coğrafi İşaretli Ürünleri	78
Tablo 3. Kayseri'nin Cİ Tescillini Gerçekleştiren Kurumlar	79
Tablo 4. Katılımcı Listesi	89
Tablo 5. Soru Havuzu İçin Kullanılan Lisansüstü Çalışmalar	92
Tablo 6. Katılımcıların Demografik Özellikleri	95

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Sürdürülebilir Turizmin Bileşenleri	11
Şekil 2. Dünya Mutfaklarının Tarihi	18
Şekil 3. Coğrafi İşaret Amblemleri	42
Şekil 4. Kapuzbaşı Şelalesi	61
Şekil 5. Erciyes Dağı.....	63
Şekil 6. Kayseri Kalesi.....	67
Şekil 7. Soğanlı Vadisi	68
Şekil 8. Kayseri Tepsi Mantısı	73
Şekil 9. Kayseri Yağlaması	74
Şekil 10. Soğanlı Bez Bebekleri.....	78
Şekil 11. Bünyan Gilaburusu	79
Şekil 12. Bünyan El Halısı.....	80
Şekil 13. Nitel Araştırma Süreci.....	85
Şekil 14. Destinasyona Yönelik Turizm Çeşitleri ve Etkileri	96
Şekil 15. Gastronomi Turizmi Potansiyeli ve Eksiklikleri.....	99
Şekil 16. Kayseri'nin Önemli Bir Gastronomi Destinasyonu Olabilmesi İçin Neler Yapılabilir?	101
Şekil 17. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına Katılım Amaçlı Çalışmalar	105
Şekil 18. Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi ve Coğrafi İşaretli Ürünler	108
Şekil 19. Paydaşlar Neler Yapmalılar.....	111
Şekil 20. Coğrafi İşaret Tescili Hakkında Görüşler	114
Şekil 21. Menüde Yer Alan Coğrafi İşaretli Ürünler.....	116
Şekil 22. Coğrafi İşaretli Ürünlerin Restoran İşletmelerine Katkısı	116
Şekil 23. Coğrafi İşaretli Ürünler ve Gastronomi Turizmi.....	117

GİRİŞ

Gastronomi turizmi, son yıllarda önemli bir turizm alternatifi olarak öne çıkmaktadır. Turistlerin seyahat ettiği destinasyonlarda yerel lezzetleri deneyimleme, geleneksel yemeklerin tadımı ve yerel kültürü tanınması gibi gastronomi deneyimleri, turizm seyahatlerinde önemli bir motivasyon kaynağı haline gelmiştir (Durlu-Özkaya, Sünnetçioğlu ve Can, 2013). Bu bağlamda gastronomi turizmi, yalnızca turistlerin yerel ürünleri tatmasını kapsamamakla birlikte yerel ekonomik kalkınmayı, kültürel ve doğal çevreyi korumayı da kapsamaktadır. Sürdürülebilir gastronomi turizmi ise; gastronomi turizmi faaliyetlerinin sürdürülebilirlik ilkeleri ışığında yürütülmesine dayanmaktadır (Çavuş ve Eker, 2022). Bu bağlamda, sürdürülebilir gastronomi turizmi, kültürel değerlerin korunması, sürdürülebilir üretimin ve ekonomik kalkınmanın sağlanması gibi konuları kapsamaktadır. Coğrafi işaret tescili ve sürdürülebilir gastronomi turizmi, ortak hedefleri gözetmeleri sebebiyle yakından ilişkilidir. Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizminde kullanımı sürdürülebilirliğe katkı sağlar (Sabur ve Güneş, 2022). Bu bilgilerden hareketle gerçekleştirilen tez çalışmasında sürdürülebilir gastronomi turizmi ve coğrafi işaretli ürünler arasındaki ilişki Kayseri örneği üzerinden incelenmiştir.

Kayseri, İç Anadolu Bölgesi'nde yer alan önemli bir sanayi merkezidir ve İç Anadolu'nun en büyük dağı olan Erciyes Dağı eteklerinde kurulmuştur. Sahip olduğu coğrafi konumu dolayısıyla birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Çok çeşitli medeniyetlerin yaşam alanı olmuş olması nedeniyle, zengin bir mutfak kültürüne sahip olmasında etkili olmuştur. Bu nedenle şehir gastronomik miras açısından büyük bir potansiyeli içerisinde barındırmaktadır. Kayseri'nin, kendine özgü mutfak kültürü ve coğrafi işaretli ürünleri, gastronomi turizmi potansiyelini oluşturmaktadır. Kayseri mutfağı, yerel malzemelerin kullanımıyla gelişmiş ve zenginleşmiştir. Bu mutfak kültürü, Türk mutfağının genel özelliklerini yansıttasının yanı sıra, Kayseri'ye özgü lezzetleriyle de dikkat çekmektedir (Elmacıoğlu, 2019). Kayseri'nin sahip olduğu mutfak mirasın, sürdürülebilirliğinin sağlanarak korunması, mevcut ve gelecek nesillerinde bu mirastan

faydalanması noktasında son derece önemli bir unsurdur. UNESCO Yaratıcı Şehirler ağı ile mutfak kültürü ile ön planda olan iller gastronomi şehri unvanı kazanmaktadır. Kayseri mutfağı sahip olduğu potansiyel nedeniyle 2021 senesinden itibaren ulusal listede yer almaktadır (UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, t.y.). Kayseri mutfağının sürdürülebilirliği ve gastronomi turizmi açısından tanınır hale gelmesi, yerel mutfağı oluşturan ürünlerin araştırılarak yazılı hale getirilmesi ile sağlanacaktır. Bu doğrultuda çalışmanın konusunu; Kayseri'nin sürdürülebilir gastronomi turizminin sağlanabilmesi açısından ilin sahip olduğu coğrafi işaretli ürünlerin önemi oluşturmaktadır. Gerçekleştirilen literatür incelenmesinde, Kayseri'ye dair gastronomi turizmi ve coğrafi işaret tescili ile ilgili literatürde az sayıda (Işık, 2010; Erbaş, 2011; Altun,2016; Apak, 2016; Şanlıoğlu ve Erdem, 2017; Gülsoy, 2018; Kaya, 2018; Elmacıoğlu, 2019) çalışmaya rastlanılmıştır. Ek olarak çalışmalarda coğrafi işaret konusuna derin bir şekilde değinilmemiştir. Bu sebeple çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca turizm alanında şehrin potansiyelinin araştırılacağı bu çalışmanın turizm paydaşlarına yol gösterici olması noktasında katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Tez çalışması nitel araştırma desenlerinden durum çalışmasına göre modellenmiştir. Araştırma neticesinde toplanan veriler analiz edilerek bulgular bölümünde detaylı bir şekilde anlatılmıştır. Sonuç ve öneriler bölümünde ise elde edilen veriler yorumlanarak; coğrafi işaretli ürünlerin ve şehrin sürdürülebilir gastronomi turizmi potansiyelinin, UNESCO Gastronomi Şehri unvanını kazanmasının sağlayacağı faydaların etkin bir biçimde nasıl kullanılabileceğine dair öneriler geliştirilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM

1.1. Sürdürülebilirlik Kavramı

Sürdürülebilirlik, endüstriyel üretimin aktif olarak devam ettiği dünyada, üretim-tüketim faaliyetlerinin biyoçeşitliliğe zarar vermeden gerçekleştirilebilmesidir (Demir ve Çevirgen, 2006). Ayrıca sürdürülebilirlik, günümüzde gerçekleştirdiğimiz faaliyetlerin gelecek nesillerin gereksinimlerine zarar vermeden sürdürülebilmesi şeklinde de ifade edilebilir. Sürdürülebilirliğin amacı; ekonomik, ekolojik, sosyal değerlere zarar vermeden, gelecekte de devam ettirilebilir koşullar sağlamaktır (Temiz, 2019, s. 5). Günümüz dünyasında geldiğimiz noktada doğal kaynaklar ve ekoloji büyük tahribata uğramıştır. Fakat son yıllarda adını sıklıkla duyduğumuz sürdürülebilirlik kavramının benimsenmesi bu tahribatın ve gerçekleşebilecek tehlikelerin önüne geçecektir. Son yıllarda gerçekleştirilen faaliyetler, sürdürülebilirlik kavramının hayatımızda daha fazla yer almasını sağlamaktadır. Bu faaliyetler kapsamında, insanların atıklarını ayrıştırması, alışveriş esnasında plastik poşet kullanımının sınırlandırılması, doğaya zarar veren atık gazların denetimi, televizyon kanallarında sıklıkla karşımıza çıkan kamu spotu reklamlar, giyimden gıdaya birçok markanın üretimde sürdürülebilirlik kavramı çerçevesinde faaliyet göstermesi örnek verilebilir. Kaynakların, tükenmesini önlemek ve kendilerini yenileyebilmelerine olanak sağlayabilmek amacıyla yetkililer birçok projeyi hayata geçirmişlerdir. Bu yönleriyle de günümüzde sürdürülebilirlik çok boyutlu bir kavram haline gelmiştir.

Sürdürülebilirlik kavramı, şu an güncel olmasına karşın yeni bir kavram değildir. Sürdürülebilirlik kavramının ilk kullanımı 1700'lü yıllara dayanmaktadır. Sürdürülebilirlik kavramı 1960'lara dek; tarım sektöründe, ormanların ve yaban hayatının korunması çerçevesinde yürütülen politikalarda kullanılmıştır (Kanlı, 2016). 19. Yüzyıldan itibaren literatürde yer almaya başlayan sürdürülebilirlik kavramı Arthur Young'un 1804 senesinde yayınlanan kitabında geçmektedir. Yazar, Arthur Young

kitabında sürdürülebilir gelişme kavramını, İngiltere'ye gerçekleştirdiği seyahatindeki gözlemlerinden yola çıkarak tarım sektörü için kullanmıştır (Kula, 1998). Ormancılık sektörü için sürdürülebilir gelişme kavramının ilk kullanımına Almanya'da ormanların yok edilmesini engellemek amacıyla çıkarılan yasalarda rastlanmaktadır. Yasada, odun ihtiyacının karşılanırken aynı zamanda ormanların varlığını tehdit etmeyerek gelecek nesillere aktarılma gerekliliği üzerinde durulmaktadır. 1960'lar da ve 1970'ler de yaygınlaşan çevre hareketleri ve kalkınma hedefleri nedeniyle ekoloji alanında sürdürülebilir gelişmeden bahsedilmeye başlanmıştır. Ekonomik kalkınma adına gerçekleştirilen faaliyetlerde çevrenin tahribatı çok fazla önemsenmiyordu. Çevrenin gördüğü zarar 1960'lar ve öncesi dönemde ekonomik kalkınmanın sağlanması ve sürdürülmesinden sonra ele alınması gereken bir konuydu (Tekeli, 1996). Çevre kirliliğine ve doğanın tahribatına karşı bir tepki olarak Rachel Louise Carson 1962 senesinde, Silent Spring (Sessiz Bahar) isimli bir çalışma gerçekleştirmiştir (Carson, 1962). Silent Spring, endüstrinin geliştiği Batı Avrupa'da dikkat çeken bir çalışma olmuştur.

1970'lere gelindiğinde artık endüstriyelmiş bölgelerde artan çevre sorunları daha kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır. 1972 senesinde gerçekleştirilen Birleşmiş Milletler İnsani Çevre Konferansı'nda çevre kirliliği ve tahribatlar gündeme gelmiştir. Konferansın gerçekleştirildiği 5 Haziran tarihi Dünya Çevre Günü ilan edilmiştir. Bu konferansta yayınlanarak kabul edilen İnsani Çevre Bildirgesi'nde sürdürülebilirlik kavramının temel ilkelerini oluşturan konular üzerinde durulmuştur. Bildirgede rasyonel eylemlerle bugünün ve gelecek kuşakların ihtiyaçlarının karşılanabileceği ve çevre kirliliğinin, doğal tahribatların önlenebileceği belirtilmiştir (United Nations, 1972). Sürdürülebilirliğin ilk formülasyonu 1980 senesinde Birleşmiş Milletler Çevre Programı ve Dünya Koruma Stratejisi'nde kullanılmıştır. Programda yer alan strateji ekoloji temellidir. Bu yaklaşımda, gelişme stratejileri 3 ana önceliğe sahip olmalıdır:

- “Ekolojik süreçlerin korunması
- Kaynakların sürdürülebilir kullanımı
- Genetik çeşitliliğin korunması” (O’Riordan, 1998).

Ortak Geleceğimiz Raporu (Brundtland) 1987 senesinde, Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından hazırlanarak, Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'na sunulmuştur. Brundtland Raporu, 1960'larda yaygın bir düşünce olan kalkınmacı yaklaşımı ve 1970'lerde ortaya çıkan çevreci yaklaşımı birleştiren ana fikre sahipti. Önlenmezse giderek olumsuz etkileri artan çevre sorunları karşısında sürdürülebilir gelişme kavramının önemi vurgulanmıştır (IULA-EMME, 1997).

1992 senesinde Rio de Janerio'da gerçekleştirilen, Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı'na 178 devlet katılmıştır. Önceki yıllarda gerçekleştirilen konferanslarda çevre problemleriyle uluslararası mücadelenin önemini vurgulanmasının katılımcı devlet sayısının artmasına ve sorunlarla küresel bir şekilde mücadele edilmesine olanak sağladığını söylemek mümkündür. Gerçekleştirilen Rio Konferansı'nda "insanoğlunun sürdürülebilir gelişme olgusunun merkezinde yer aldığı, her insanın doğa ile uyumlu, sağlıklı ve verimli bir yaşam hakkı olduğu" (Birleşmiş Milletler, 1992) kabul edilmiştir. Bu örnekten de anlaşılacağı üzere sürdürülebilirlik kavramının kapsamı daha fazla sektörde yer almaya başlamıştır.

Rio de Janerio'da gerçekleştirilen Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı'ndan 1 sene sonra, konferansta kabul edilen ilkelerin hayata geçirilmesi amacıyla Sürdürülebilir Gelişme Komisyonu kurulmuştur. 2002 senesinde Johannesburg'da gerçekleştirilen Sürdürülebilir Gelişme Konferansı'nda artık sürdürülebilirlik ilke ve hükümlerinin uygulandığı projelerin hayata geçirilmesi ve üzerinde tartışılmasının yaygınlaştığını görmekteyiz. Yeni yüzyılın mevcut durumu ve problemleri göz önüne alınarak sürdürülebilirlik kavramı ışığında yoksulluk, tüketim, eğitim, kapasite gibi konularla ilgili projeler oluşturulmaya başlanmıştır (Bigg ve Dodds, 2019, s. 15-36).

New York'ta 2015 senesinde, Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi gerçekleştirilmiştir. 2000 senesinde kabul edilen hedeflerin 15 yıllık performansının değerlendirilmiştir. Değerlendirme sonucunda yaşanan problemler karşısında kabul edilen

hedeflerin yetersiz olduğu sonucuna varılmıştır (Yavuz, 2022, s. 20). Problemler karşısında yetersiz kalan hedeflerin yerine yeni ve daha kapsamlı hedefler geliştirilmiştir. 193 üye ÷lkenin onayı doğrultusunda 2030 Kalkınma Hedefleri kapsamında 17 temel amaç ve 169 adet alt amaç belirlenmiştir (UN, 2015, s. 1). Belirlenen 17 temel amaç şu şekildedir:

1. “Yoksulluğın tüm biçimlerinin her yerde bitirilmesi,
2. Beslenme olanaklarının iyileştirilmesi, gıda güvenliğinin sağlanması, sürdür÷lebilir tarımı teşvik etmek ve açlığa son vermek,
3. Herkese sağlıklı ve kaliteli yaşam güvencesi sağlamak ve bireylerin her yaşta refah seviyelerinin desteklenmesi,
4. Eşit bir şekilde herkese uygulanabilir nitelikli eğitim fırsatı sağlamak ve yaşam boyu öğrenim fırsatları sunmak,
5. Kadınlara ve kız çocuklarına yönelik her türlü ayrımcılığın ortadan kaldırılması, toplumsal yaşamda güçlendirilmesi, eşit fırsatlar tanınmasının güvence altına alınması ve cinsiyet eşitliğinin sağlanması,
6. Herkese temiz su ve sağlıklı koşullara erişilebilirlik, sürdür÷lebilir yönetimin devamlılığı, 7. Herkese uygun fiyata, erişimi kolay, modern ve sürdür÷lebilir bir enerji güvencesi yaratmak,
7. Sürdür÷lebilir kapsayıcı ekonomik büyümenin sağlanması, tam ve üretken istihdamı ve insanların yapabileceği işlerin desteklenmesi,
8. Dayanıklı altyapıların sağlanması ve yeniliklere açık, kapsayıcı ve sürdür÷lebilir sanayileşmenin teşvik edilmesi,
9. Gerek ÷lke içinde gerek ÷lkeler arasındaki eşitsizlikleri en aza indirmek,
10. Şehirlerin ve insanların yaşam yerlerinin sürdür÷lebilir, güvenilir, dayanıklı ve kapsayıcı olmasının desteklenmesi,
11. Sürdür÷lebilir üretim ve tüketim modellerinin güvence altına alınması,
12. İklim değişikliğinin neden olduğu sorunlara acil önlem planları üretmek,
13. Sürdür÷lebilir kalkınma amacıyla okyanusları, denizleri ve deniz kaynakları koruyarak sürdür÷lebilir kullanımının sağlanması,

14. Karasal ekosistemleri korumak, gelişimini ve sürdürülebilir kullanımını desteklenmek, ormanların sürdürülebilir kullanılmasını sağlamak, çölleşmeye çözümler üretilmesi, arazi kaybını engelleyip verimliliğin arttırılması ve biyoçeşitlilik kaybını önlemek,
15. Sürdürülebilir kalkınma için barışçıl ve herkesi içine alan toplumları desteklemek, herkesin adalete erişim kolaylığının sağlanması ve her konuda etkili, hesap veren ve kapsayıcı kurumların oluşturulması,
16. Sürdürülebilir kalkınma için uygulama yöntemlerinin güçlendirilip küresel birlik ve beraberliğin canlandırılması” (UN, 2015, s. 14).

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri doğrultusunda kabul edilen bu hedeflerin tüm Dünya ulusları ve devletleri için önemi ve uygulanma gerekliliği açıktır. Geçmişten günümüze kadar süregelen değerler korunarak ve geliştirilerek gelecek nesillere aktarımı, söz konusu hedeflerin etkin uygulanması ile mümkün olacaktır.

İngilizce karşılığı “*sustainable development*” olan sürdürülebilir gelişme kavramı Birleşmiş Milletler, Ortak Geleceğimiz Raporu’nda şu şekilde tanımlanmıştır: “bugünün gereksinimlerini, gelecek kuşakların da kendi gereksinimlerini karşılayabilme olanağından ödün vermeksizin karşılamaktır” (Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Gelişme Komisyonu, 1991). Sürdürülebilir gelişme kavramı, toplumların ait olduğu ve yaşaması için gerekli olan çevresel, ekonomik, doğal, kültürel kaynakların tahribatını engelleyerek gelişmenin mümkün olduğu temeline dayanmaktadır. İnsanların bağımlı oldukları bu kaynakların sürdürülebilirlik ilkelerine uygun bir şekilde kullanılması ve gelecek nesillere en az zarar ile aktarımı da kavramın ortaya çıkışında temel nedendi

2015 senesinde New York’ta gerçekleştirilen “Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi’nde” 2030 senesine kadar sürecek bir anlaşma 193 ülke tarafından imzalanmıştır. Anlaşmada yer alan maddeler; sürdürülebilir kalkınma konusunda rehberlik ederek ülkelerin kalkınmasını hedeflemektedir. Anlaşmada yer alan 8, 12 ve 14 hedefler sürdürülebilir turizm kavramıyla ilişkilidir. Bu maddeler:

- “Hedef 8. Sürdürülebilir ve kapsayıcı ekonomik kalkınmayı sağlamak, tam ve üretici istihdamı ve insan onuruna yakışır işleri sağlamak (8.9: 2030'da, iş sağlayan, yerel kültürü ve yerel ürünleri teşvik eden sürdürülebilir turizmi geliştirmek için politikalar tasarlamak ve uygulamak).
- Hedef 12.Sürdürülebilir tüketimi ve üretimi sağlamak (12.b: Yerel kültür ve ürünleri teşvik eden ve istihdam yaratan sürdürülebilir turizme yönelik kalkınma etkilerini izlemek için araçlar geliştirmek ve uygulamak).
- Hedef 14.Okyanusları, denizleri ve deniz kaynaklarını sürdürülebilir kalkınma için korumak ve sürdürülebilir şekilde kullanmak (14.7: 2030'a kadar küçük ada ülkeleri, gelişmekte olan ülkeler ve az gelişmiş ülkelere balıkçılık, su ürünleri yetiştiriciliği ve turizmin sürdürülebilir yönetimi dahil olmak üzere deniz kaynaklarının sürdürülebilir kullanımı sayesinde ekonomik faydalar sağlamak)” (Güneş ve Dülger, 2020).

Bu maddelerden anlaşılacağı üzere sürdürülebilir turizm bir turizm çeşidi değildir. Sürdürülebilir turizm, turizm sektöründe sürdürülebilirlik ilkeleri ışığında kalkınmayı ve gelişmeyi hedefleyen felsefi bir yaklaşımdır.

1.2. Sürdürülebilir Turizm ve Önemi

İnsanlar merak duyguları ve yeni yerler keşfetme arzusuyla yaşadıkları bölgeden ayrılmak istemektedirler. Turistler bir süre tatil, spor, sağlık, kültür, eğlence gibi amaçlar nedeniyle yurt içi veya yurt dışında turizm faaliyetlerine katılım göstermektedirler (Çetin, 2009). Turizm sektörü 1950’li yıllardan itibaren hızla büyüyen ve gelişen bir sektördür. Dünya Turizm Örgütü kayıtlarında yer alan bilgiye göre 1950’lerde dünya genelindeki turist sayısı yaklaşık 25 milyondur. 1950’lerden sonra turizm verileri incelendiğinde önceki senelere kıyasla turist sayısının artmaya başladığı gözlenmektedir (UNWTO Tourism Highlights, 2017; Güneş, 2017). 2013 senesinde ise turist sayısı 1 milyar 87 milyon rakamına ulaşmıştır. Dünya Turizm Örgütü’nün 2020 senesinde açıkladığı World Tourism Barometer raporunda yer alan toplam turist sayısı yaklaşık 1,5 milyardır (UNWTO, 2020). Turist sayısının yıllar içerisinde artış gösterdiğini örneklerden de anlamaktayız. Turizm sektöründe yaşanan bu artışların ve büyümenin birçok sebebi

bulunmaktadır. Turizm sektörünün ekonomik boyutu sektörün gelişmesinin başlıca nedenlidir. Çünkü ülkeler açısından döviz gelirleri önemlidir. Özellikle tarım sektöründen sağlanan dövizin yetersiz kaldığı ülkeler ya da bölgeler turizm sektörü çatısı altında kalkınmak için çalışmalar gerçekleştirmiştir. (Olalı ve Timur, 1988).

Dünyada yaşanan olaylardan etkilenen bir sektör olmasının yanında turizm sektörü gelişmeler paralelinde de alternatif turizm türleri ile farklı ürünler sunmaya devam etmektedir. Turizm sektörü yer bulduğu destinasyonların doğası, tarihi, kültürüne bağlıdır. Bu nedenle de turizm sektöründe destinasyonların sahip olduğu doğal, kültürel, tarihi birikimlerin sürekliliğini sağlamayı hedeflemektedir (Uğuz, 2011, s. 333). Endüstriyelleşme süreci bilimsel ve teknolojik gelişmeleri beraberinde getirmiştir. Bu gelişmeler insan yaşamını kolaylaştıran olumlu etkilere sahip olmasının yanında bazı olumsuz etkilere de neden olmuştur. En başta da doğal kaynaklar ve çevre üzerinde yarattığı tahribatlar göze çarpmaktadır. Endüstriyelleşmenin neden olduğu bu ve daha fazla problemin önlenmesi amacıyla bazı çözüm önerileri geliştirilmiştir. Çevreye, doğal ve kültürel kaynaklara karşı daha duyarlı yaklaşımlar benimsenmeye başlamıştır. Bu yaklaşımların başında da sürdürülebilir kalkınma önerisi gelmektedir. Sürdürülebilir kalkınma önerisi 1987 senesinde, Birleşmiş Milletler tarafından yayınlanan Brundtland Raporunda geçmektedir (Özbey, 2002, s. 136). Bu örnekte de yer aldığı üzere sürdürülebilirlik anlayışı öncelikle kalkınma hedefiyle anılmaya başlamıştır. Zaman içerisinde sürdürülebilirlik teriminin kapsamı ve üzerinde gerçekleştirilen araştırmalar artmıştır. Bu neticede de sürdürülebilirlik kavramı daha fazla sektörde yer almaya başlamıştır. Turizm sektörünün bağımlı olduğu kaynaklar olan doğal, kültürel, çevresel ve tarihi kaynakların korunması konusunda da sürdürülebilirlik kavramı önem kazanmaya başlamıştır. Dünya Turizm Örgütü, sürdürülebilir turizm kavramını “Ziyaretçilerin, endüstrinin, çevrenin ve ev sahibi toplulukların ihtiyaçlarına cevap verirken mevcut ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri tam olarak dikkate alan turizm” şeklinde açıklamıştır (Güneş, 2017). Her sektörde olduğu gibi turizm sektörü de önemli ölçüde sürdürülebilir gelişme ve kalkınma kavramlarından etkilenmiştir (Güneş, Ülker ve

Karakoç, 2008). Çünkü 1960'lar sonrasında turizmin ekonomide yarattığı kar miktarları neticesinde kontrolsüz bir şekilde gelişmesi, turizm sektörünün de kaynaklar üzerinde sebep olduğu olumsuzlukları beraberinde getirmiştir. Kaynaklar üzerinde yarattığı tahribatlar turizm sektöründe de sürdürülebilir gelişme kavramının yer almasını kaçınılmaz hale getirmiştir. Bu doğrultuda turizm sektörü için önemli olan kaynakların dikkatli kullanımını hedefleyen, turizm faaliyetlerinin gerçekleştirildiği destinasyonlara karşı daha duyarlı bir yaklaşımı benimseyen sürdürülebilir turizm anlayışı gelişmiştir (Şimşek, 2022, s. 7). Dünya Turizm Örgütü'nün 2017 senesinde yayınladığı raporda, turizmde sürdürülebilirlik anlayışının yalnızca sektörün büyümesine katkıda bulunmadığı aynı zamanda destinasyonlarda yaşayan halkın yaşam kalitesini olumlu bir şekilde etkilediğini ve doğanın korunmasını desteklediğini belirtmiştir. Ayrıca Sürdürülebilir turizm kavramının turizmde etkin bir şekilde rol oynaması kültürel mirasları da koruyarak gelecek nesillere aktarımında önemli bir rol oynadığını bildirmiştir (UNWTO, 2017).

Sürdürülebilir turizm anlayışının temelinde, çevrenin, doğanın, kültürel ve tarihi kaynakların zarar görmesini engellemek, ekolojik dengeyi ve biyolojik çeşitliliği korumak aynı zamanda da bu değerlerin en az zararla gelecek nesillere aktarılması yer almaktadır. Bu hedefler kent yaşamında var olan çevre sorunlarından uzaklaşarak doğaya yaklaşma düşüncesini de meydana getirmiştir. Bu düşüncenin yaygınlaşması sonucunda sürdürülebilir turizm faaliyetleri artmaya ve gelişmeye başlamıştır. Tüketicilerin bu taleplerine karşılık çevreyi koruyan sürdürülebilir turizm anlayışına uygun turistik ürünler ve stratejiler geliştirilmiştir (Stronza ve Pegas, 2008). Günümüzde sürdürülebilir turizmin geldiği noktada turistlerin bilinç düzeyi artmıştır. Yapacağı harcamalarda çevre dostu tercihleri gözeten sorumlu turistler seyahatleri sırasında çevreye karşı daha duyarlı davranışlar sergilemektedir. 2009 senesinde yapılan araştırmalardan bir tanesinde, turizm hareketlerine katılan 58,5 milyon Amerika vatandaşının doğayı koruyan seyahat acentelerini tercih ettiğini belirtmiştir (UNEP, ITC ve ICTSD, 2012). Bu örnekten de anlaşılacağı üzere gelişen sorumlu turist kitlesine de bir cevap olarak turizm sektöründe sürdürülebilirliğin uygulanması turistik destinasyonlar arası rekabette de fayda sağlayan

bir unsurdur Müşteri memnuniyeti kavramı ile de yalnızca tüketicinin değil çalışanın da memnuniyetinin önemi vurgulanmıştır. Turizmde sürdürülebilirlik, ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel boyutları besleyen sürdüren gerekli bir kavramdır. Paydaşların katılımları ve yerel yönetimlerin başarılı uygulamalarıyla uygun bir şekilde uygulanan sürdürülebilir turizm ile turizmden elde edilecek fayda artacaktır.

Şekil 1. Sürdürülebilir Turizmin Bileşenleri



Kaynak: UNDP, 2019.

Sürdürülebilir turizm ile turistik destinasyonlarda, turizmin bağımlı olduğu kaynakların korunması ve yerel halkın korunması arasında bir denge kurmaktadır. Bu dengenin uygun politikalar ile uygulanması sonucunda turizm sektöründen elde edilen gelirlerin gelecekte de devamlılığını sağlayacaktır. Birçok turistik ürünü barındıran turizm açısından yüksek potansiyele sahip bir destinasyonun sektördeki rekabette ön sıralarda yer alabilmesi için sahip olduğu kaynakları koruma ve kullanma dengesini iyi ayarlayabilmesi

gerekmektedir. Söz konusu destinasyon doğal, tarihi ve kültürel kaynaklar açısından ne kadar zenginse turistik ürün çeşidi de o kadar fazla olacaktır. Fazla turistik ürün çeşidine sahip bir destinasyon daha fazla turiste hitap edecektir (Alkan, 2015). Ayrıca fazla çeşitliliğe sahip bir destinasyonda turizm faaliyetleri tüm yıla yayılım göstererek ekonomik açıdan daha fazla kar elde etmektedir. Kısaca gelişmekte olan ve turistik çekiciliği bulunan destinasyonların yönetiminde kalkınma aracı olarak görülen turizmin sürdürülebilirlik ilkeleri ile desteklenmesi elde edilen faydaların uzun vade de devamını sağlamaktadır.

1.3. Sürdürülebilir Turizmin Özellikleri ve İlkeleri

Sürdürülebilirlik kavramı, sürekliliğe sahip bir sistemin kesintisiz, gereksiz tüketimden uzak ve bağımlı olduğu kaynakları koruyarak işlemlerini gerçekleştirebilmesidir (Demir ve Çevirgen, 2006). Sürdürülebilirlik kavramı bir başka tanımda ise insan popülasyonunun gerçekleştirdiği faaliyetlerde doğa, çevre ve kültür arasındaki uyumlu denge şeklinde açıklanmıştır (Middleton ve Hawkins, 1998). Sürdürülebilirlik kavramı üretimin ve tüketimin var olduğu her sektörde kaynaklar ve insan arasındaki uyumlu dengenin korunması için kullanılmaktadır. Konumuzla ilgili olarak turizm sektöründe de karşımıza çıkan sürdürülebilir turizm kavramı 1990’lardan itibaren sürekli gelişim gösteren ve sıklıkla karşılaştığımız bir kavram haline gelmiştir (Weaver ve Lawton, 2014). Kitle turizminin çevre, ekonomi ve kültür üzerinde neden olduğu olumsuz etkilerin artmasıyla birlikte çözüm yolları arayan yetkililer sürdürülebilirliğin turizm sektörü içinde bir gereklilik olduğu düşüncesinde uzlaşmışlardır.

Tablo 1. Turizmin Sosyal Yapı Etkileri ve Bileşenlerinden Örnekler

ETKİLER	ÖRNEKLER
• Demografik	Nüfus büyüklüğü, yaş/cinsiyet terkihi, turistik toplumda nüfusun artışı/ eksilişi.
• Mesleki	Meslekte değışiklik, profesyonelleşme, bazı mesleklerde yaş ve cinsiyet dağılımı
• Kültürel	Gelenek, din ve dilde değışiklikler.
• Değerlerin değışimi	Değerler, cinsiyetin rolü, ahlak (suç, fuhuş)
• Tüketim kalıplarında değışiklik	Eğitim, altyapı, ürünler, giderler.
• Çevreye olan etki	Kirlenme, ekoloji, aşırı yoğunlaşma (kalabalıklaşma).

Kaynak: Özdemir, M. (1992).

Turizm sektörünün, çevre ve sosyo-kültürel yapı üzerinde olumsuz etkisi bulunmayan yalnızca ekonomik getirileri olan bir sektör olarak düşünülmesi oldukça yanlıştır. Çünkü turizm çevresel kaynaklardan beslenerek tüketici pazarına ürün sunan bir sektördür. Örneğin bir destinasyonda gerçekleştirilen turizm aktivitelerinde turistler destinasyonun başta doğal kaynaklarını kullanmaktadırlar. Aynı zamanda çevrede yaşayan yerel halkın kültürünü etkilemekte ve etkilenmektedirler. Zaman içerisinde destinasyonlarda tüketici talebine bağlı olarak turistik ürün çeşidinin artması daha fazla kaynağın turizmde kullanılmasına neden olmuştur. Artan kaynak kullanımının başlıca sebebi turizmden daha fazla ekonomik fayda sağlamaktır. Ancak kaynakların eşsiz olması ve nihayetinde tükeneyeceği gerçeği doğrudan ekonomik, doğal ve kültürel kaynaklara zarar verecektir (Martin, 2005). Bu gerçeğin fark edilmesiyle birlikte turizm sektöründe kullanılan doğal değerler başta olmak üzere kültürel ve sosyal değerlerin korunarak gelişebilmesi için turizmde sürdürülebilirliğin önemi açıktır. Sürdürülebilir turizmin gelişimini etkileyen faktörlerden bazıları:

- Doğal ve sosyo-kültürel kaynakların korunması amacıyla
- Turizm destinasyonlarının kapasitesini korunması için,
- Turizm sektörünün biyoçeşitlilik üzerinde yarattığı tahribatın önlenmesi,
- Turizmden sağlanan ekonomik faydaların geliştirilmesi ve korunması,
- Turizme yalnızca ekonomik perspektiften bakılmaması için,
- Turizm sektörünün plansız gelişiminin önüne geçilmesi ve düzenli uygulamalarla hayata geçirilmesi, gibi sebepler nedeniyle turizm sektöründe sürdürülebilirlik

önem kazanan bir gerekliliktir (Edgell, vd., 2007, s. 194-195; Demir ve Çevirgen, 2006, s. 115-116; Pelit vd., 2015, s. 44-45).

Sürdürülebilir turizm bir turizm çeşidi değildir. Turizm sektöründe yer alan turizm çeşitlerinin neden olacağı zararların önüne geçmeyi, kaynakları korumayı, geliştirmeyi amaçlayan bir felsefedir (Edgell vd., 2007). Sürdürülebilir turizm felsefesi sektördeki paydaşların yaşanan dejenerasyonla nasıl baş edeceklerine dair yol gösteren öneriler sunmaktadır (Ödemiş ve Çalık, 2019). Bu önerilerin uygulanması ve planlanması amacıyla göstergeler geliştirilmiştir. En kapsamlılarından bir tanesi de Birleşmiş Milletler ve Dünya Turizm Örgütü tarafından hazırlanan “Destinasyonlar için Sürdürülebilir Turizm Gösterge Rehberi” olmaktadır. Çalışma, 12 temel göstergeye ve 500 opsiyonel göstergeye sahiptir (UNWTO, 2004). Örnekteki çalışma ve daha fazlasının amacı bir destinasyonda gerçekleştirilen faaliyetlere rehberlik ederek sürdürülebilir turizme katkı sağlamaktır. Sürdürülebilir turizm yaklaşımı Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü tarafından şu şekilde tanımlanmaktadır; “Ziyaretçilerin, endüstrinin, çevrenin ve ev sahibi toplulukların ihtiyaçlarını karşılayan mevcut ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri tam olarak dikkate alan turizm yaklaşımı (UNWTO, 2019).” Sürdürülebilir bakış açısı çevresinde gelişen sürdürülebilir turizmin taşıması gereken özellikler şu şekilde sıralanmaktadır:

- “Doğa temelli olması,
- Yenilenemez kaynakların minimum kullanımını gerektirmesi,
- Doğal mirasın, ekolojik çeşitliliğin, biyolojik çeşitliliğin korunmasını ve çevresel kaynakların optimum kullanımı hedeflemesi,
- Yerel toplumların refahını desteklemesi, tüm paydaşlar için kalıcı bir istihdam politikası izlemesi, sosyo-ekonomik faydalar sağlanması ve uzun vadede ekonomik istikrarı hedeflemesi,
- Olumsuz çevresel ve sosyo-kültürel etkilerin minimuma indirgenmesi için turizm aktiviteleri; hem yerel halkın yerleşik hayat tarzlarına, sosyo-kültürel özelliklerine, geleneksel ve kültürel miras değerlerinin korunmasına yönelik hem de turistlere yönelik düzenleyerek kültürlerarası hoşgörü ve anlayışın artmasına katkıda bulunması,
- Çevresel, sosyal, kültürel, politik, ekonomik çıkarım içermesi,
- Politik ve çevresel değişikliklere rahatlıkla yanıt vermesi,
- Toplumsal gelişmede geniş yaklaşımlar içeren fonksiyonlara sahip olması,
- Tüm paydaşların toplumsal katılımını gerektirmesi,

- Gelecek nesillerin ihtiyacını dikkate alan prensipleri içermesi,
- Gerçekçi hedeflerin oluşumu faydaların eşit dağılımını sağlamalıdır” (UNEP VE UNWTO, 2005).

Sürdürülebilir turizm, paydaşların çıkarlarını ön planda tutmayan, iş birliği, eğitim temelli uzun vadeli planlarla desteklenen anlayıştır (Ödemiş ve Çalık, 2019). Turizm sektöründe sürdürülebilirlik, iş birliği ve koordinasyon ile etkin bir şekilde uygulanabilir. Turistik destinasyonlarda sürdürülebilir kalkınmanın yönetsel süreci ve uygulanabilmesinde yol gösterici olabilmesi için Birleşmiş Milletler Çevre Programı ve Dünya Turizm Örgütü tarafından 2005 senesinde “Turizmi Daha Sürdürülebilir Yapmak” isimli bir rapor yayınlanmıştır. Turizmi Daha Sürdürülebilir Yapmak isimli raporda 12 sürdürülebilir turizm ilkesi belirlenmiştir (UNEP ve WTO, 2005, s. 18-19):

1. **Ekonomik Süreklilik:** Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin ve turistik destinasyonların, turizm pazarında rekabet güçlerini korumak ve ekonomik faydaların sürekliliğini sağlamak.
2. **Yerel Refah:** Turistik destinasyonu ziyaret eden turistlerin bölgedeki yerel harcama seviyelerini arttırarak, yerel halkın refah seviyesine katkı sağlamak.
3. **İstihdam Kalitesi:** Çalışanları; ırkçılık, cinsiyetçilik ve engellilik durumları baz alınarak değil eşit ve adil ücret politikalarıyla destelemek. Aynı zamanda hizmet kalitesini geliştirerek turizm sektöründen doğan ve desteklenen işleri sayıca arttırmak.
4. **Sosyal Eşitlik:** Turizm sektörü aracılığıyla sağlanan ekonomik ve sosyal faydalardan toplumun her kesiminin eşit bir şekilde faydalanmasını sağlamak.
5. **Ziyaretçi Memnuniyeti:** Ziyaretçileri cinsiyet, din, ırk, engellilik gibi özellikleriyle yargılamayan güvenli ve tatmin edici bir turizm deneyimi sağlamak.
6. **Yerel Kontrol:** Yerel yönetimlerin görevli oldukları destinasyonda turizmin yönetimi ve gelişimi amacıyla diğer paydaşlarla iş birliği içerisinde hareket etmesi.
7. **Toplumsal Refah:** Turistik destinasyonlarda karşılaşılabilecek sosyal dejenerasyonu ve istismarı engellemek. Yerel halkın fırsatlara, sosyal yapı ve kaynaklara erişimlerini kolaylaştırarak yaşam standartlarını arttırmak.
8. **Kültürel Zenginlik:** Ev sahibi destinasyonun tarihi ve kültürel miraslarını korumak ve saygı duymak.

- 9. Fiziksel Bütünlük:** Şehir ve kırsal bölgelerin fiziksel, görsel kirlenmesini engellemek ve peyzaj kalitelerini korumak.
- 10. Biyolojik Çeşitlilik:** Doğal alanların, biyoçeşitliliğin ve vahşi yaşamın korunmasına katkıda bulunmak ve gördükleri tahribatı en az seviyede tutmak.
- 11. Kaynak Verimliliği:** Turizm tesisleri ve işletmelerinde hizmet kalitesini geliştirmek ve yenilenemeyen kaynakları tutumlu kullanmak.
- 12. Çevresel Safılık:** Turizm işletmelerinin ve ziyaretçilerin neden olduğu çevresel kirliliği, atık üretimini mümkün olan en seviyede tutmak.

Sürdürülebilir turizmin uygulanmasında önemli rol oynayan ilkeler, her destinasyonda ve her turizm çeşidi için uygulanabilir özelliktedir. Sürdürülebilir turizm ilkelerinde yer alan maddeleri 3 kategoride incelemek mümkündür. Çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel boyutların dikkate alındığı sürdürülebilir turizm boyutları arasında bir denge halini savunarak turizmden elde edilecek faydaların uzun vadeli olmasını hedeflemektedir (UNEP ve UNWTO, 2005).

İKİNCİ BÖLÜM

GASTRONOMİ TURİZMİ

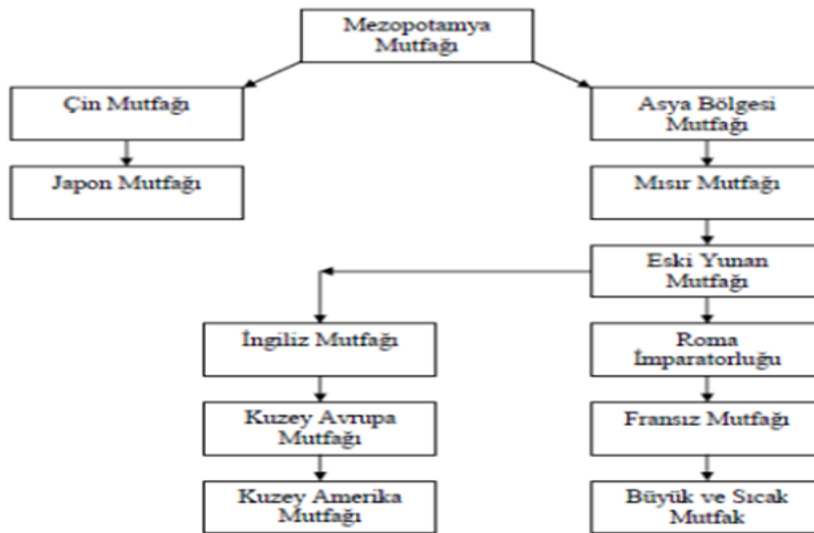
2.1. Gastronomi Kavramı ve Tarihsel Gelişimi

Gastronomi kavramının tarihi ve geçmişi oldukça eskiye dayanmaktadır. Çünkü insanoğlu için beslenme en temel gereksinimlerden birisidir. Gastronomi kavramının tarihini incelemek için insanlık tarihinden başlamanız gerekmektedir. Tarih boyunca ilkel toplulukların ve medeniyetlerin yaşadıkları yerleşim yerlerinin coğrafi olarak beslenmeye uygun ve su kaynaklarına yakın mekanlar olduklarını görmekteyiz. Dünya tarihine baktığımızda toplulukların yaşadıkları coğrafyalar insanların beslenme biçimlerini ve kültürlerini etkilemiştir. İlkel insanların ve günümüz insanların beslenme biçimleri düşünüldüğü zaman yaşanan değişim ve gelişim açıktır (Işkın, 2022). Yiyecek- içecek kültürü üzerinde yaşanan değişimler insanoğlunun fiziksel yapısını, kültürel birikimini, sağlığını etkilemiştir.

Başlangıçta avcı-toplayıcı toplulukların besinlerini pişirmeden çiğ ve doğada buldukları yalın halleriyle tükettiklerini bilmekteyiz. Ateşin keşfiyle birlikte beslenme, ısınma ve enerji üretiminde büyük devrimler yaşanmıştır. Günümüzden yaklaşık 8000 bin yıl önce yaşanan ateşin keşfiyle insanoğlu uygarlığa ilk adımını atmıştır (Harari, 2015, s. 15). Ateşin keşfinin ardından insanoğlu besinlerini pişirmek için ateşi kullanarak yeni pişirme yöntemleri geliştirmeye başlamıştır. Ayrıca ateş ısınma amacıyla da kullanıldığı için insanlar ateş etrafında ortak bir noktada bir araya gelmekteydiler. Günümüzde kuzu çevirme olarak adlandırılan, av hayvanlarının ya da tüketilecek hayvanların kazığa geçirilerek ateş üzerinde pişirilmesi yöntemi tarih öncesi dönemler için bir tasarruf yöntemi idi. Çünkü etin pişme sürecinin uzunluğu düşünüldüğünde insanların ateş çevresinde başka faaliyetlerini sürdürdüğünü söylememiz mümkündür. Yemek ve ısınmak için bir araya gelen insanoğlunun sosyalleşmesinde de ateşin keşfi önemli bir rol oynamaktadır (Gürsoy, 2004, s.12-14). İlerleyen zamanlarda keşfedilen ateşin kontrol edilmesiyle birlikte insanlar kilden çanak çömlek yapmaya başlamışlardır. Ardından

madenciliğin gelişmesiyle birlikte doğadan elde ettikleri çeşitli elementleri işleyerek yemeklerini bu kaplarda tüketmeye ve pişirmeye başlamışlardır (Özdemir, 2001, s. 14). Ateş aracılığıyla pişirilen gıdalarda, parazit gibi organizmaların yok olması da insan sağlığına ateşin katkılarından bir tanesidir. Bilim insanları ve araştırmacılar insanoğlunun zekâ seviyesinin gelişmesinde de ateşin büyük bir etkisi olduğunu belirtmektedirler. Çünkü insanların tüketimine uygunluğu ve lezzet açısından pişen et daha fazla et tüketimini de beraberinde getirmiştir. Sağıksal ve biyolojik açıdan ateşin keşfiyle etin daha fazla tüketilmesi, proteinlerin yapı taşı aminoasitlerin insan vücudunda etkinliğini etkilemiştir. Bu durumda insanoğlunun daha zengin enerji depolarına sahip olmasında etkin rol oynamıştır. Bağırsak boyutunun kısılması, beynin ebat olarak büyümesini sağlamıştır (Kaplan ve Yurdugül, 2018). Tüketilen et miktarının artmasıyla insan fizyolojisi ve anatomisi farklılaşmıştır. Örneğin arkeolojik çalışmalara göre milyonlarca yıl önce yaşayan insanlar günümüzdeki insanlardan daha kısalardı. Ortalama insan boyu 1 metre civarındaydı. Günümüzde ise insanların ergenlik çağına ulaştıkları boyları 1 metre sınırını geçmektedir (Milton, 2003). Sonuç olarak insanların ateşin keşfi ve kontrol edebilmeleriyle, büyük bir enerji ve güç kaynağı elde etmelerini sağlamıştır. Bu büyük güç sayesinde insanlık gelişmeyi sürdürmüştür.

Şekil 2. Dünya Mutfaklarının Tarihi



Kaynak: Çetin, 1993.

İnsanlık tarihinin ve bilim tarihinin başlangıç noktası Mezopotamya'dır. Mezopotamya topraklarında başlayan yemek pişirme sanatı, literatürde Mezopotamya mutfağı olarak geçmektedir. Mezopotamya mutfağı ise Anadolu ve Çin mutfaklarının temelini oluşturarak gelişimine devam etmiştir. Bu yayılımla diğer ülke mutfakları gelişmiştir (Mussman ve Pahalı, 1994, s. 4). Edinilen bilgi birikimi ve çevresinde oluşan kültürle gelişen ilkel insan toplulukları göçebe hayat tarzı yerine yerleşik hayata geçmişlerdir. Tarım ve hayvancılığa dayalı toplumlarda artık bazı hayvanlar evcilleştirilmiştir ve buğday yetiştirilmeye başlanmıştır. Zamanla yetiştirilen bitki sayısı ve türü artmıştır. İnsanlar artık yetiştirdikleri bitkilerden yağ etmeyi öğrenmişlerdi. Ayrıca evcilleştirdikleri koyun, keçi, inek gibi hayvanların sütünden tereyağı ve peynir yapmaktaydılar (Maviş, 2008, s. 2). Gelişen topluluklar artık ilk medeniyetleri meydana getirmişlerdir. Şehirleşme ve devlet yapısının gelişmesiyle ticaret hayatı başlamıştır. Ticaretle birlikte medeniyetler arasında ilişkiler gelişmiştir. Gelişen ilişkiler mutfak kültürlerinin de etkileşimini sağlamıştır. Mısırlılar, Yunanlılar, Persler ve Romalılar arasında pişirme teknikleri, baharatlar, yemekler ve mutfak ritüelleri yayılmıştır. Bu gelişmeler beslenmenin zorunluluğunun yanında yeni anlamlar da kazanmasına yardımcı olmuştur. Yemeklerin ve içeceklerin verdiği haz duygusu ön plana çıkmaya başlamıştır. Roma imparatorluğunda yemekten zevk alma fikri ve sofra zenginliği önem kazanmıştır (Şahbaz, 2011).

Gastronomi tarihi incelendiğinde Anadolu'nun, mutfak kültürünün gelişiminde önemli bir bölgedir. Anadolu topraklarında Hititler, Lidyalılar, İyonlar, Frigler ve Urartular gibi birçok uygarlık yaşamıştır. Bu uygarlıkların hepsinin özgün kültürü ve gelenekleriyle şekillenmiş mutfak anlayışları bulunmaktaydı. Roma ve Yunan İmparatorluklarına da ev sahipliği yapan, Anadolu tarih boyunca birçok savaşın ve göçün sahnelendiği bölgedir. Verimli toprakları ve jeopolitik konumuyla birçok avantajı barındıran Anadolu coğrafyasında oluşan mutfak kültürü bu faktörlerden etkilenecek sentezlenmiştir. Yemek reçetelerinin artışı, hammadde kaynakları ve ev sahipliği yaptığı

medeniyetlerin kültürüyle oluşan Anadolu mutfuğı gastronomi tarihinde önemli bir yere sahiptir (Dalby, 2014).

Yiyecekler ve içecekler arasındaki ilişkinin gastronomi kavramıyla birlikte ilk kez kullanımına ise 4. Yüzyılda Antik Yunan Medeniyetinde Archestratus isimli bir yazarın şiirinde rastlanmıştır. Archestratus tarafından yazılan Lüks Yaşam isimli eserde gastronomi kavramının geniş bir bakış açısıyla tanımlandığını görmekteyiz (Özdemir ve Altınar, 2019). Lüks Yaşam isimli bu eser Archestratus'un Akdeniz'de gerçekleştirdiğı seyahatlerinden edindiğı gözlemleri içermektedir. Archestratus'un bu seyahate çıkış nedeni Akdeniz'in en iyi gastronomik ürünlerini keşfetmek istemesidir. Bu özellikleri Lüks Yaşamı ilk yemek kitabı ve zamanının ilk şarap ve yemek rehberi olmasını sağlamıştır (Santich, 2004). Antik Yunan Medeniyetinde yaşanan bu gelişmelere paralel Doğu medeniyetlerinde de gastronomi üzerine bazı gelişmeler meydana gelmiştir. Tarih kitapları incelendiğinde, Doğu medeniyetlerinin misafirperver yapıları ve düzenledikleri şölenlerde gastronomi kavramını kullanmalarının gastronominin gelişimine katkıda bulunduğunu görmekteyiz. Esansların ve baharatların meşhur olduğu ayrıca verimli arazilere sahip Doğu toplumlarının gastronomi alanındaki gelişmelere katkısı inkâr edilemez. Özellikle bu özellikleriyle Çin Medeniyeti ön plana çıkmaktadır (Brillat-Savarin, 2016; Öney, 2013).

Günümüzde Fransız mutfuğının ünü Dünya'ya yayılmıştır. Fransız mutfuğının ünü yalnızca lezzetli ve otantik yemeklerinden kaynaklandığını düşünmek hatadır. Çünkü gastronomi tarihinde önemli adımların ve gelişmelerin yaşandığı günümüz mutfaklarının temelini atıldığı yenilikler Fransa'da gerçekleşmiştir (Erbay ve Sabur, 2022). Fransız mutfuğının geldiğı konumdaki ilk adım, İtalyan Catherine de Medicis'in, 16. yüzyılda Fransız Kralı II. Henry ile evlenmesidir. Medicis saray mutfuğında İtalyan şeflerle çalışmıştır (Garvey, 2010, s. 5). Sonrasında Kral 14. Louise' in gerçekleştirdiğı yenilikler ve getirdiğı kurallarla beraber Fransız mutfuğının gelişimi devam etmiştir. Belirli kurallarla hazırlanan Fransız yemekleri, bugün Fransız mutfuğının sahip olduğu kalitenin

etkenlerinden birisidir. Fransa yaşadığı bu değişimlere ayak uydurmaya çalışırken 1765 senesinde Paris’te açılan ilk restoranla tüketiciye, yiyecek ve içeceklerin sunumu farklı bir boyut ve anlam kazanmıştır. Yemek artık zevk ile özdeşleşmeye başlamış üst tabakaya hitap eden ürünleriyle restoran sayısı bu tarihten sonra da artışına devam etmiştir (Dilsiz, 2010, s. 9).

Gastronomi alanında yazılan ilk resmi eser ise Jean Anthelme Brillat-Savarin tarafından yazılan *Lezzetin Fizyolojisi* isimli eserdir. Brillat- Savarin’in gerçekleştirdiği çalışmalar ve eserleri gastronomi alanında önemli bir dönüm noktası olmuştur. Gerçekleştirdiği çalışmaları ve hedefleri Brillat-Savarin’in tarih kitaplarında yer almasını sağlamıştır. Bu yönleriyle Brillat-Savarin, gastronominin ilk kuramcısı olarak kabul edilmektedir. Brillat-Savarin’in çalışmaları incelendiğinde diğer çalışmalardan ayıran temel düşünce, gastronominin önemli bir bilim dalı olduğunu savunmasıdır (Scarpato, 2001). 19. yüzyılda yaşanan bir diğer gelişme ise soylu kesime sunulan aşçılık hizmetinin geliştirilmesi amacıyla yeni meslek dallarının ve eğitimlerinin ortaya çıkışıdır. Brillat-Savarin’in uğraşlarının yanında Fransız mutfağının yaşadığı değişim ve gelişmeler sebebiyle bu dönem Çağdaş Fransız Mutfağı olarak adlandırılmıştır. Bu dönemde yeni yemeklerin mucidi şef Antoine Careme, soslarda bazı değişimlere neden olmuştur. Ayrıca yeni bir pişirme tekniğini mutfak kültürüne kazandırmıştır. Ne çok, ne az pişmiş “Careme a point” tekniğiyle sebzelerin yapısının ve renginin korunarak pişmesinin mümkün olduğu görülmüştür. Careme, aşırı baharat kullanımı yerine kararında ve uygun baharatların kullanılması gibi etlerin ve yemeklerin lezzetini ön plana çıkartan anlayışları Fransız mutfağına kazandırmıştır (Uçuk ve İlhan, 2020). Fransız mutfağının, 1960’lardan günümüze kadar yaşanan gelişmeleri kapsayan dönemi ise yeni mutfak dönemi şeklinde isimlendirilmektedir. Bahsedildiği üzere Fransız mutfağı birçok yeniliğe öncülük etmesi ve coğrafyasında bulunmayan gıdaları Fransız mutfağına kazandırmasıyla gastronominin gelişimine katkı sağlamıştır. Fransa mutfağı büyük bir organizasyon olarak ele almış ve her açıdan tekniklerinin geliştirilmesine önem vermiştir (Göynüşen, 2011). Bu gelişmelere de başta diğer Avrupa ülkeleri ve dünya kayıtsız kalmamıştır.

Brillat-Savarin'in gastronomiyi bir bilim dalı olarak betimlemesinin ardından, 19. yüzyılda yaşanan teknolojik gelişmeler gastronomiyle sentezlenmiştir. Endüstri devrimi kitle tüketimini ve tüketici alışkanlıklarını etkilemiştir. Gastronomi de devrimden etkilenmesiyle ve yemek hizmeti sunan restoranların artışıyla farklı bir boyut kazanmıştır. 20.yüzyılla beraber artık gastronomi toplumun hemen her kesimine ulaşmış ve gelişimini sürdürmeye devam etmiştir (Küçükşahin, 2016). Günümüzde gastronomi kavramının turizm trendleri arasında yer aldığını görmekteyiz. Turistik faaliyetlerin motivasyon aracı olan gastronomi 21. Yüzyılın en popüler kavramlarından birisidir (İnceöz, 2009).

Gastronomi kavramının gelişimindeki önemli tarihsel olaylardan bahsedilmiştir. Gastronomi kavramının geçirdiği değişimleri ve tarihteki anlamını araştırmak, günümüzde gastronominin geçirdiği değişimi anlamamıza katkı sağlayacaktır. Çünkü bugün gastronomi geçmişte taşıdığı anlamların yanında sosyal statü, bilim, sanat, kültür, ekonomi, turizm gibi çok boyutlu bir disiplin olma özelliği kazanmıştır (Göynüşen, 2011). Gastronomi üzerinde anlaşılmış tek bir tanıma sahip değildir. Kelime anlamı olarak gaster (mide) ve nomos (kural), kelimelerinin sentezidir. Gastronomiyle ilgili yapılan tanımlamaların Antik Yunan dönemine dayanmaktadır. Bu tanımlamalar günümüze kadar gastronomide yaşanan değişimlerle birlikte yeni boyutlar kazanmıştır (Wilkins ve Hill, 1994, s. 35). Gastronomi kavramına dair bazı tanımlar şu şekildedir:

Scarpato (2000), senesinde *New Global Cuisine: the Perspective of Postmodern Gastronomy Studies* başlıklı çalışmada gastronomi kavramı ve kültür arasındaki ilişkisi üzerine çalışmıştır. Yaptığı tanımda gastronominin kültüre olan bağlılığını vurgulamıştır. Scarpato; yemeklerin hazırlık ve sunum sürecinin yanı sıra pişme ve tüketim süreçleriyle birlikte sürdürülen bir süreç olarak tanımlamıştır.

Gillespie ve Cousins (2001), tarafından yapılan tanımda gastronomi, besinlerden nasıl zevk alınabileceğini araştıran bir disiplindir şeklinde tanımlanmıştır. Ayrıca gastronomiyi tanımlamanın oldukça zor olduğunu eklemişlerdir.

Richards (2002), senesinde gastronomi kavramını, yemeğin sofraya kadar yaşadığı serüvendir şeklinde tanımlamıştır.

Kivela ve Crotts (2006), senesinde çalışmalarında gastronominin sanatsal yönünü vurgulayarak, yemek yeme sanatıdır şeklinde tanımlama yapmışlardır.

Eren (2007), senesinde gastronominin bilimsel, tarihsel ve sanatsal yönlerinden bahsetmiştir. Gastronomi, yiyecek- içeceklerin tarihteki yerinden başlayarak, sahip oldukları bütün özelliklerin anlaşılması, incelenmesi ve geliştirilerek günümüzde de uygulanması çalışmalarını içeren bir bilim dalı olarak tanımlamıştır.

Dilsiz (2010), senesinde gastronominin fen ve sosyal bilimlerden faydalanan bir bilim dalı olduğunu vurgulamıştır. Tanımında ise gastronomi, yiyecek-içeceklerin hazırlanmasında hijyen ve sanitasyon kullarının gözetilmesi, estetik ve lezzetli bir şekilde sunulmasıdır.

Akgöl (2012), Gastronomi, yemeklerin ve içeceklerin hazırlanışında kullanılan malzemelerin nasıl kullanılacağına rehberlik eden, uluslararası mutfak kültürlerini inceleyen ve bir yemekten alınan hazzın zirveye çıkartılmasını amaçlayan; tarih-kültür-yemeği sentezleyen bir bilim dalıdır.

Hatipoğlu (2014), senesinde gastronomiyi sağlıklı, düzenli, lezzetli mutfak düzeni şeklinde tanımlamıştır.

Çeşitli bilim dallarıyla olan ilişkisini göz önüne alırsak gastronomi kavramının çok fazla tanımının bulunması doğaldır. Literatürde yer alan tanımlardan da yola çıkarak gastronominin antropoloji, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, kimya, tarım, sağlık, tarih gibi bilim dallarıyla doğrudan ya da dolaylı bir ilişki içerisinde bulunan bilim dalı ve yemek – içme sanatı olduğunu söylememiz mümkündür.

2.2. Gastronomi Turizmi

Turizm, insanların yaşadıkları yerin dışında dinlenme ihtiyacıyla, başka milletleri ve coğrafyaları tanıma amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatlerdir. Bu seyahatler, siyasi, ekonomik amaçlarla değil eğlence, istirahat, spor, sağlık gibi amaçlarla gerçekleştirilir. Ayrıca turizmde turistlerin en az bir gece konaklamaları ve 24 saat yaşadıkları yerden ayrıldıkları sosyal kültürel ve ekonomik bir olgudur. (Başol, 2012). Son 30 yıldır turizm sektöründeki değişim incelendiği zaman turist kitlesinin değişmeye başladığını görmekteyiz. Değişen turist kitlesinin isteklerine bir cevap olarak turizm çeşitlendirilmiştir. Deniz-kum-güneş algısının yaygın olduğu turizm anlayışı çeşitlendirilerek yayla turizmi, ekoturizm, termal turizm, inanç turizmi, kültür turizmi, kongre turizmi gibi yeni turizm trendleri meydana gelmiştir. Gastronomi turizmi de alternatif turizm arayışlarının bir sonucu olarak gelişen turizm çeşididir (Emekli, 2006). Literatürde gastronomi turizmi, mutfak turizmi, gurme turizmi, yemek turizmi gibi farklı isimlerle adlandırılmaktadır. Gastronomi turizmi turistlerin merak ettikleri mutfak kültürünü yakından tanıma fırsatı elde ettikleri özel ilgi turizmi şeklinde tanımlamak mümkündür. Diğer bir deyişle gastronomi turizmi, mutfak kültürünün ve ritüellerinin, turizm sektörü ile olan bağlantısını ifade etmektedir (Bekar ve Belpınar, 2015).

Bugün dünyada gastronomiye duyulan ilginin artması turistlere bir seyahat motivasyonu yaratmaktadır. Ülkelerin kültürel miraslarının ayrılmaz parçası olan gastronomik miraslarını tanımak ve deneyimlemek isteyen insanlar seyahat etmektedirler (Cohen, 2004). Diğer yandan seyahatler sırasında yeme-içme zorunluluk gerektirdiği için turistler tercih edecekleri destinasyonların mutfağını araştırmaktadırlar. Bu bilgiler bize gerçekleştirilen seyahatlerin bazen başlıca sebebinin mutfak kültürü olduğunu gösterirken bazen de başka faaliyetler için seyahat edilse de mutfakların, destinasyon seçiminde önemli bir etken olduğunu anlatmaktadır. Farklı mutfakları merak eden turist sayısındaki artışla birlikte gastronomi turizmi, turizm çeşitleri içerisinde yer almaya başlamıştır. Gastronomi turizminin gelişiminde rol oynayan faktörler Hall (2006) tarafından şöyle sıralanmıştır:

- Turistlerin yerel kültürün bir parçası olan mutfak mirasına duydukları merak ve ilgi,
- Gastronominin destinasyon tanıtımında bir araç olarak görülmesi,
- Gastronominin yerel tarım ve ekonominin gelişimine katkıda bulunması,
- Turistik destinasyonlar arasındaki rekabete sağladığı faydalar.

Harrington ve Ottenbacher (2010), gastronomi turizmini; daha önce deneyimlenmemiş bir yiyecek ve içeceğin tadılması amacıyla insanlarda meydana gelen seyahat motivasyonunun oluşmasına katkıda bulunan turizm çeşidi olarak tanımlamıştır. Yüncü (2010) ise gastronomi turizmini, ana motivasyon kaynağı bir yöreye özgün bir yemeğin tadımı ya da hazırlanışına şahitlik edilmesi olan kırsala, restoranlara, festivallere gerçekleştirilen seyahatlerdir şeklinde tanımlamıştır.

Akbaba ve Kendirci (2016) ise gastronomi turizmini, temelinde mutfak kültürünün yer aldığı, çiftliklere, şarap mahzenlerine ve özgün yemeklerin üretildiği bölgelere gerçekleştirilen seyahatler şeklinde tanımlamışlardır. Ayrıca gastronomi turizminin, turistlere gerçekleştirdikleri seyahatlerde varılan destinasyonun kültürünü yaşama olanağı sağladığını ve deneyimlerin gastronomi turizmine katılım motivasyonunu etkilediğini de belirtmişlerdir. Turizmde mutfak kültürü turistik deneyimlerin bir parçası durumundadır. Bir bölgede yaşanan olumlu gastronomi deneyimleri turistlerin mutfak kültürünü etkileyerek bir sonraki ziyaretleri içinde temel oluşturmaktadır. Turistler, otantik, özgün, doğal ve geleneksel nitelikler taşıyan yiyecek ve içecekleri tercih etmektedirler (McIntosh ve Goeldner, 1990). Gastronomi turizmine katılımı güdüleyen motivasyon dört şekilde sınıflandırılmıştır (Guzmán ve Cañizares, 2011):

- **Fiziksel Motivasyon:** Yeme-içme kavramları yaşamın sürdürülmesi için temel ihtiyaçtır. Bu nedenle de turistler seyahatleri sırasında bu gereksinimlerini karşılamak durumundadırlar.
- **Kültürel Motivasyon:** Bir kültürün tanınmak isteyen turiste, mutfak mirasının deneyimlenmesi ve araştırılması yardımcı olacaktır. Bu amaçla turistler yöresel nitelikli ürünleri tanımak için üretimlerinin gerçekleştirildiği destinasyonları

ziyaret etmektedirler. Genellikle turistler destinasyonlarda yöresel ürünleri menülerinde sunan restoranları, gastronomi festivallerini ziyaret ederler.

- **Sosyal Motivasyon:** İnsanların başka kültürleri tanırken yolculukları esnasında insanlarla etkileşim halindedirler.
- **Prestij Motivasyonu:** Ülkesinden ve yaşadığı yerden uzak yerlere seyahat eden turistler farklı kültürleri tanıyarak edindikleri bilgileri evlerine döndüklerinde çevreleriyle paylaşarak kendilerine prestij sağlarlar.

Dünya Turizm Örgütü (2012), senesinde gastronomi turizmini “gastronomik destinasyonlara yapılan eğlenme amaçlı yiyecek ve içecekler ile ilgili rekreasyonel deneyimsel aktivitelerin bütünüdür” şeklinde tanımlamıştır. Tanımda yer alan aktiviteler;

- Gastronomi festivallerine katılım,
- Yöresel ürün pazarlarını ziyaret,
- Mutfak uygulamaları ve aşçılık okullarını ziyaret,
- Şarap mahzenlerinin ve üzüm bağlarının ziyareti,
- Yerel lezzet turları,
- Yerel lezzetlere menülerinde yer veren restoranların ziyareti,
- Bira fabrikalarına gerçekleştirilen ziyaret,
- Gastronomi temalı müzelerin ziyareti şeklinde sıralanabilir (Sormaz vd., 2015, s. 69–70; Tikkanen, 2007, s. 725).

2.2.1. Gastronomi Turizminin Özellikleri ve Önemi

Yemek, kültür ve turizm kavramları arasındaki güçlü ilişki devletler, araştırmacılar ve turizm endüstrisi tarafından açıkça kabul edilmiş ve gastronomi turizmi üzerine gerçekleştirilen çalışmaların sayısı artmıştır. Turizm türleri içerisinde, bireylerin artan maddi gelirlerini entelektüel bilgi birikimlerine yatırım için harcamaya başlamaları gastronomi turizmine olan ilgiyi de pozitif yönde etkilemiştir (Akdağ vd., 2015).

Gastronomi turizmi, destinasyonun marka ve imajını olumlu yönde etkilemektedir. Bunda başlıca gastronomi turizminin turistlere yaşattığı unutulmaz deneyimlerin etkili

olduğunu söylememiz mümkündür. Gastronomi turizminde turistlerin temel seyahat motivasyonları merak ettikleri lezzetleri deneyimlemek ve farklı mutfak kültürlerini tanımaktır. Seyahatin gerçekleştirildiği ev sahibi destinasyonun temel amacı ziyaretçilerini memnun etmektir. Bu nedenle de destinasyona ait mutfak kültürünün öne çıkan özelliklerinin, yerel lezzetlerinin başarılı bir şekilde pazarlanması ve turistleri memnun edecek şekilde sunulması önemlidir (Haveng-Tang ve Jones, 2005). Turist deneyimleri ve destinasyon tercihleri arasındaki ilişki üzerine gerçekleştirilmiş birçok çalışma bulunmaktadır. Öktem ve Akdu (2022), senesinde “Unutulmaz Turizm Deneyiminin Müşteri Memnuniyetine ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi” başlıklı araştırmalarında bir destinasyonda yaşanan olumlu deneyimlerin destinasyonun tekrar ziyaret edilmesinde ve çevrelerine tavsiye etmelerinde olumlu katkıları bulunduğunu sonucuna varmışlardır. Bu sonuçtan da anlayabileceğimiz üzere turizmde yaşanan olumlu deneyimlerin hafızada daha fazla yer edeceğini ve turistlerin olumlu deneyimlerini hatırladıklarında destinasyona karşı olumlu tutumlar gerçekleştireceklerini söylemek mümkündür (Sternberg, 1997, s. 952-954). Günümüzde turistler beslenme ihtiyaçlarını karşılarlarken alacakları zevk ve mutluluk gastronominin temel deneyimidir. Turizm destinasyonları arasında artan rekabet ortamında bir destinasyonun avantaj elde edebilmesi için ziyaretçilerine hatırlanabilir ve etkileyici deneyimler sunmaları gerekmektedir. Gastronomi turizminde yaşanan unutulmaz mutfak deneyimleri, destinasyonun çekiciliğini ve potansiyelini arttırmaktadır (Du Rand ve Heath., 2006).

Gastronomi turizmi bir bölgenin turizm endüstrisindeki imajını, marka değerini ve rekabet gücünü etkilemesinin yanında sürdürülebilir turizmin uygulanmasına uygun bir temele sahiptir. Sürdürülebilirlik kavramının öneminin giderek arttığı dünyamızda toplumun sahip olduğu değerlerin korunması ve gelecek nesillere en az zararla aktarılması gerekliliği açıktır. Gastronomi turizmi de bağlı olduğu doğal, kültürel ve ekonomik kaynaklarının sağlığı için sürdürülebilirliği özümsemelidir. Çünkü gastronomi turizmini oluşturan mutfak kültürü ve kimliğinin yaşatılması gerekmektedir. Sürdürülebilirlik

ilkeleri ışığında uygulanan gastronomi turizminin bir destinasyona olan etkileri ekonomik, çevresel ve sosyal açıdan 3 başlık altında incelenebilir (Everett ve Aitchison, 2008).

Gastronomi turizmi, yerel halkın ve bölgenin ekonomik açıdan canlanmasında büyük bir rol oynamaktadır. Gastronomi turizmi kapsamında gerçekleştirilen etkinlik yelpazesinin genişliği halka yeni gelir kaynakları oluştururken turistlere de etkileyici deneyimler yaşatır. Gastronomi turizminde, yerel ürünlerin mutfakla sentezlenerek destinasyonda bulunan restoran ve otel mutfaklarının menülerinde yer almaktadır (Cambourne ve Macionis, 2003). Destinasyona ait yerel yemeklerin sunumunun gerçekleştirildiği turizm işletmeleri turistler için bir çekim unsurudur. Ayrıca turizm sezonunun yaz mevsimiyle sınırlı kalmaması ve turizmden elde edilen faydaların tüm sezona yayılımında gastronomi turizmi iyi bir tercihtir. Çünkü gastronomi yılın her ayında ve her saatinde gerçekleştirilebilen etkinliklere sahiptir (Kivela ve Crofts, 2009). Turizm sektöründe gastronomi turizminden sağlanan gelirin miktarı gastronominin önemini vurgular niteliktedir. Dünya Turizm Örgütü (2012), tarafından yayımlanan Yemek Turizmi Küresel Raporu'nda turizm sektöründen sağlanan toplam gelirin yaklaşık %30'unun gastronomi turizminden sağlandığı belirtilmektedir. Birleşmiş Milletler Dünya Seyahat Örgütü (2014), senesinde yayımladığı bir başka raporda da turistlerin %88.2'sinin destinasyon tercihinde yerel mutfak etkili olduğunu, %11.8'i için ise destinasyon tercihinde mutfakın öneminin olmadığını belirtmiştir. Uluslararası Aşçılık Derneği ise yaptığı açıklamada turistlerin seyahatleri için ortalama 1200 dolar bütçe ayırdığını ve bu bütçenin ise üçte birini yeme-içmeye ayırdıklarını öne sürmüştür (TÜRSAB, 2015). 2022 yılının ilk 8 ayında Türkiye'nin elde ettiği turizm geliri 2 milyar doları geçmiştir (Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, 2022). Örneklerde yer alan verilerden de anlaşılacağı üzere gastronomi önemli bir ekonomik kaynaktır. Dünya Seyahat Birliği (2014), gastronominin destinasyonlara olan katkılarını şu şekilde sıralamıştır:

- Daha fazla turist,
- Daha fazla ürün satışı,
- Daha fazla tanıtım ve kitle iletişim araçlarında yer alma (reklam, medya, katalog, gazete, dergi vs.),
- Rekabet avantajı,
- Devlet açısından daha fazla vergi geliri,
- Turizm sektörü için daha fazla eğitim ve bilinç,
- Gastronomik miraslara olan ilginin arttırılması ve yerel kaynaklara karşı farkındalığın oluşması,
- Yerel halk için gurur ve ekonomik kaynak (Oğuz, 2016, s. 32).

Gastronomi turizminin sağladığı faydaları Hall ve Mitchell (2003), üç kategoride incelemiştir:

1. **Ulusal Katkıları:** Devlet için vergi kaynağının ve gelirinin artması, ülkenin sahip olduğu değerlerin markalaşması, ekonomik gelir kaynağı.
2. **Bölgesel Katkıları:** Turistik bölgelerin markalaşmasına ve turistik kimliğinin oluşmasına katkı sağlar, bölge halkının kendine özgün özelliklerinin farkındalığında katkı sağlar, bölgede yer alan turizm işletmeleri, restoranlar daha fazla iş yapar ve istihdam sağlar, yeni yatırımların önünü açar.
3. **Yerel Katkıları:** Yerel üretimi ve üreticiyi destekler, yerel ürünlerin pazarlanmasında önemli rol oynar, müşteri sadakatini sağlar, yerel tanıtım ve etkinliklere farklı bir boyut kazandırır.

Bir destinasyona ve ülkeye olan faydaları ve çeşitli katkılarıyla önemli bir turizm çeşidi olan gastronomi turizminin özellikleri Uluslararası Mutfak Turizmi Derneği tarafından şu şekilde sıralanmıştır:

- Turistler seyahatleri süresince dışarıda yemek yemeyi tercih etmektedirler. Bu nedenle de turistlerin ilgi gösterdiği destinasyonlarda menülerde yerel mutfak ürünlerinin yer alması bir fırsattır.
- Turizm sektörü içerisinde gastronomi turizmi en popüler 3. turizm türüdür.
- Diğer turizm türlerinden tüm yıl boyunca uygulanabilirliği ile öne çıkmaktadır

- Gastronomi sanat ve estetik boyutlara da sahip bir turizm çeşididir. Tüketicisinin 5 duyu organına da hitap etmektedir.
- Spor turizmi gibi belirli bir kitleye hitap etmez. Gastronomi turizmine her yaştan, cinsiyetten ve milliyetten insanlar katılım gösterebilir ve ilgi duyabilir.
- Gastronomi turizmine katılım gösteren turistlerin temel amacı yeni lezzetler deneyimlemektir. Bu nedenle de gastronomi turizminde yer alan faaliyetler insanlara yaşattığı deneyimlerle ön plana çıkmaktadır. Bu durumda gastronomi turizminin deneyimsel özelliğini vurgulamaktadır.
- Mutfğa ve gastronomik ürünlere ilgi duyan turist kitlesiyle müze, alışveriş, film, müzik festivallerine ilgi duyan turist kitlesi arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır.
- Gastronomi turizminin temel motivasyonlarından birisinin meraktır ve yeni lezzetlerin, kültürlerin keşfedilme arzusu bulunmaktadır. Bu arzuyu gerçekleştirmek için seyahate çıkan turistler birer kaşıftır (Kivela ve Crotts, 2006, s. 360).

Sonuç olarak gastronomi turizmi sağladığı faydalar ve barındırdığı özellikleriyle bir bütün olarak ele alınırsa destinasyonlar için önemli alternatif bir turizm trendidir.

2.3. Gastronomi Turizmi ve Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirlik, birçok alanda kullanılan bir kavramdır. Turizm sektörünün bağımlı olduğu kaynakların bilinçsizce kullanımının gelecek için zararlı olacağının fark edilmesi sürdürülebilirlik felsefesinin turizmde yer almasını zorunlu kılmıştır. Alternatif turizm türleri içerisinde gastronomi turizminin hızlı bir şekilde gelişmesi gastronomi turizmi için de sürdürülebilir uygulamaları gerekli bir hale getirmiştir. Literatür incelendiğinde sürdürülebilir gastronomi turizmi üzerine gerçekleştirilen çalışmaların artmaya başladığını görmekteyiz. İlgili literatürde sürdürülebilir gastronomi turizmine ilişkin birçok tanım yer almaktadır:

Reynolds (1993), senesinde gastronomi ve turizm arasındaki güçlü ilişkinin ileriye dönük bir şekilde ilerlemesinde sürdürülebilir yapının sağlanmasının önemli olduğundan bahsetmiştir.

Gössling ve Hall (2013), sürdürülebilir gastronomi turizminin sistemsel özelliklerine araştırmalarında yer vermişlerdir. Sürdürülebilir gastronomi turizmi başlı başına bir sistemdir. Gastronomi yönetiminde önemli ve dünya çapında gelişmelere açık bir çalışma alanıdır.

Hu, Parsa ve Self (2010), gastronomide sürdürülebilirliğin sağlanmasının yerel mutfakların devamlılığının sağlanarak gelecek nesillere aktarılmasıyla mümkün olabileceğinden bahsetmişlerdir.

Londono (2011), sürdürülebilir turizmi, sağlık açısından faydalı yerel ürünlerin ait olduğu mutfak kültürüne uygun bir şekilde hazırlanması ve yerel halk tarafından uzun süreli üretiminin devam etmesiyle saplanabilir şeklinde tanımlamıştır.

Bratec (2008), sürdürülebilir gastronomi turizmin, turizm içerisinde incelenmesi gereken bir alan olduğunu belirterek, slow-food akımının sürdürülebilir gastronomi turizmini destekleyici özelliğini vurgulamıştır.

Sürdürülebilir gastronomi turizmi konusunda literatürde yer alan tanımlardan yola çıkarak tarım turizmi, ekoturizm ve eko-gastronomi yaklaşımlarının da gastronomi turizmini desteklediğini söylememiz mümkündür. Literatürde bu ilişkiyi konu alan çalışmalarda mevcuttur. Deveci, Türkmen ve Avcıkurt (2013), tarım turizmi ve gastronomi turizmi ilişkisi üzerine gerçekleştirdikleri çalışmada, her iki turizm çeşidinin de turistlerin yerel kültürü ve yapısını keşfetmelerine olanak sağlayan bir turizm türü olduğunu belirtmişlerdir. Tarım turizmi, turistlere tarım faaliyetlerine katılma ve doğal yaşamı deneyimleme fırsatı sunarken, gastronomi turizmi, turistlerin yerel yemekler ve mutfak kültürünü deneyimlemelerini sağlamaktadır. Güneş (2020), ekoturizm kavramının

turizm sektöründe yerel refahı ve kaynak değerlerin korunması açısından önemini belirtmiştir. Ekoturizm yaklaşımının destinasyonlarda etkin bir biçimde uygulanabilmesi için de sorumlu turizm konusunda paydaşlarda eğitim ve bilincin oluşturulması konusuna dikkat çekmiştir. Ayrıca çalışmada ekoturizmin yerel yiyecek ve içecekleri desteklemesi konusu da öne çıkmaktadır. Yurtseven ve Kaya (2011), çalışmada, eko-gastronomi, tarım ve yemeğin üretim, satış ve tüketim süreçlerini içeren tüm sosyal, psikolojik, kültürel ve politik unsurlarla ilişkilendirilen bir süreç olarak tanımlanmıştır. Çalışmada sürdürülebilir gastronomi ve eko-gastronomi kavramı birlikte incelenmiştir. Destinasyonun sahip olduğu gastronomik değerler, doğrudan veya dolaylı yollardan destinasyonun sürdürülebilir unsurları üzerinde etkili olduğu belirtilmiştir. Ayrıca turistik bir destinasyonda sürdürülebilir gastronomi turizminin gelişebilmesinde yöresel yemeklerin turistik ürünler olarak sunulmasının öneminden de bahsedilmiştir. Bu bilgilerden hareketle, eko-gastronomi, tarım turizmi ve ekoturizm arasındaki ilişkinin gastronomi turizminin sürdürülebilirliğini desteklediğini söylememiz mümkündür. Sonuç olarak söz konusu yaklaşımlar yerel kültürü, gelenekleri ve yapısını turistlere aktarmayı hedefler. Ekoturizm, yerel tarım faaliyetlerini göstererek turistlere geleneksel tarım yöntemleri ve ekonomik değeri hakkında bilgi verirken, eko-gastronomi turistlere yerel yemeklerin hazırlanma sürecini gösterir ve yerel lezzetleri tanıtmaya yardımcı olur. Ayrıca, tarım turizmi ile elde edilen ürünlerin, gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi de mümkündür.

Sürdürülebilir gastronomi turizmi desteklemek adına turizm işletmeleri yönetim kurallarını, vizyon ve misyonlarını bu çerçevede geliştirmeye başlamışlardır. Son 30 yıldır gerçekleştirilen araştırmalarda sürdürülebilirlik ilkelerini uygulayan turizm işletmelerinin turizme katkılarının yanına rekabet avantajı elde ettiklerini ve giderlerini azaltarak büyüdüklerini tespit etmiştir (Ayuso, 2006). Sürdürülebilir gastronomi turizmi ile yerel halk ve yerel tarımda desteklenmektedir. Üretimde ve yönetimde sürdürülebilir kaynakların kullanımıyla verimlik artarak çevre dostu politikalarda ilerleme kaydedilmiştir. Yerel kalkınma için değerli olan gastronomi turizminde sürdürülebilirliği destekleyen organik çiftçilik, otantik mutfak, eko-müzeler, yeşil restoran, eko gastronomi

ve slow food gibi akımların önemli rol oynamaktadır (Sabur ve Güneş, 2023b). Bu akımlarda temel ilke çevre dostu faaliyetler ve kaynakların korunmasıdır. Bu özelliğiyle de sürdürülebilir gastronomi turizmini desteklemektedirler.

2.4. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı ve Gastronomi Şehirleri

Şehirlerin ekonomik, kültürel, doğal ve sosyal kaynaklarını pazarlayarak turizm sektöründe sahip oldukları çekiciliği arttırmaya çalışmaktadırlar. Turistler şehirleri ziyaret ederek farklı bir şehir kültürünü yaşamaktadırlar. Bu amaçla da şehirde faaliyet gösteren festivallere, etkinliklere katılmakta ve yerel restoranlarda yemek yemekteyizler. Bu yönleriyle de şehirler sahip oldukları kaynakların çekiciliklerini pazarlayarak turizm sektörü altında önemli gelirler sağlamaktadırlar. Her şehrin ön plana çıktığı farklı özellikleriyle bu özelliklere ilgi duyan turist kitlesini kendisine çekmektedir. Ayrıca bu özellikleriyle markalaşmaktadırlar. Bu özellikleri, kültürel ve sanatsal etkinlikler, mimari yapılar, şehrin geleneksel yapısı ve mutfak kültürüdür. Örneğin İstanbul tarihindeki yeri ve sahip olduğu kültürel zenginliği nedeniyle 2010 senesinde Avrupa Kültür başkenti seçilmiştir. Bu unvanı kazanan İstanbul'un kültürel ve tarihi özellikleri tanıtım ve reklamlarla daha geniş coğrafyalara yayılmıştır. Böylece İstanbul'un sahip olduğu zenginlikleri öğrenen ve merak eden turistlerin ziyaretlerinde İstanbul önemli bir durak olmuştur (Niksarlıoğlu, 2007, s. 130-143). Gastronomik zenginlikleriyle ön planda olan şehirlerde fazla sayıda ziyaretçi ağırlamaktadır. UNESCO tarafından 2004 senesinde oluşturulan Yaratıcı Şehirler Ağı, şehirlerin sahip olduğu bu eşsiz ve özgün özelliklerini temel alarak geliştirilmiş bir girişimdir. Ağa katılan şehirler ortak bir amaç için iş birliği içerisindeyizler. Şehirlerin, yaratıcılık ve kültürel kaynakların etkin kullanımıyla yerel kalkınma planlarının uluslararası düzeyde devamlılığını amaçlanmaktadır. Yaratıcı Şehirler Ağı temel hedefleriyle sürdürülebilir kalkınmayı amaçlamaktadır ve 2030 Sürdürülebilirlik Gündemini de desteklemektedir (UNESCO, 2022). UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı, organizasyonun temel hedeflerini şu şekilde açıklamıştır:

- Kültürel faaliyetlerin, yeni ve eski ürünlerin üretiminde, dağıtımında yaratıcılığın kullanılması ve hizmetlerin yayılımının güçlendirilmesi,
- Yaratıcılık ve yenilik merkezlerinin açılmasını sağlayarak sektörde çalışan profesyonellerin erişimini sağlamak, ayrıca yeni yaratıcı fırsatlar sağlamak,
- Her grup ve topluluk için kültürel yaşamı mümkün kılmak ve şartları iyileştirerek katılımlarını sağlamak,
- Kültürü ve yaratıcılık kavramlarını sürdürülebilir kalkınma hedeflerine entegre etmek.

UNESCO (2022), Yaratıcı şehirler Ağı resmî sitesinde yer alan verilere göre 193  ye devletten 300 şehri aynı amaç için bir araya getirmiştir. Evrensel  eşitliliği ve yerel değerleri korumak, küresel çapta tanıtımını sağlamak amacıyla UNESCO Yaratıcı şehir Ağı, 7 kategori (tema) altında şehirleri ağa dahil etmektedir. Bu temalar: El sanatları, edebiyat, sinema, müzik, tasarım, medya sanatları ve gastronomidir.

Bu temalar ve sıralanan hedefler doğrultusunda Yaratıcı şehirler Ağı, şehirlerin sahip oldukları imkanların geliştirilmesinde ve kendilerini geliştirebilme yeteneklerinde etkili olan ekonomik, kültürel ve sosyal faktörlerin önemi üzerinde çalışmalar gerçekleştirmektedir. Gastronomi de Yaratıcı şehirler Ağının 7 temasından birisidir. Nelson (2015) yılında gastronomi kültürünün yaratıcı kimliğinin bir şehrin kalkınmasında, yerel sakinlerinin ve ziyaretçilerinin hayat kalitelerini arttırıcı etkisinden bahsetmiştir. Ayrıca yaratıcı şehirler ağına gastronomi temasıyla katılan bir şehrin itibarının gastronomi turizmiyle de desteklenerek arttırılacağını  ne s rm ştir. UNESCO Yaratıcı şehir Ağına gastronomik kimliğiyle dahil olmak isteyen şehirlerin için bazı kriterleri yerine getirmesi gerekmektedir:

- Aday şehrin merkezinde ve bölgelerinde gastronominin gelişmiş olması,
- Fazla sayıda geleneksel restoranlara sahip olması ve mutfak şeflerinin aktif olarak sorumluluklar üstlendiği canlı gastronomi topluluğuna sahip olması,
- şehrin sahip olduğu mutfak kültüründe yer alan yemeklerde yerel üretilen ürünlerin kullanılması,

- Teknolojinin ve endüstrinin yayılımına karşın varlığını devam ettiren yerel mutfak uygulamalarının devamlılığı,
- Gastronomi etkinliklerine ev sahipliği yapabilecek imkanlarına sahip olması,
- Çevreye karşı duyarlı ve yerel değerlerin sürdürülebilirlik anlayışıyla üretilmesini sağlaması,
- Geleneksel gıdaların tüketiciye sunulduğu pazarların ve marketlerin bulunması,
- Aşçılık eğitimi veren eğitim kurumlarında biyoçeşitliliğin korunmasına dair programların bulunması gerekmektedir (Pearson ve Pearson, 2016, s. 168).

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına Gastronomi Temasıyla dahil olan ve bu kriterleri taşıyan 51 adet şehir bulunmaktadır (UNESCO, 2022). Türkiye’de ise 3 şehir Yaratıcı Şehirler Ağında yer almaktadır. 2015’de Gaziantep, 2017’de Hatay, 2021’de Afyonkarahisar uluslararası Yaratıcı Şehirler Ağına katılmıştır. 2021 senesinde ulusal listede gastronomi alanında Balıkesir, Kayseri, Adana, Diyarbakır ve Konya yer almaktadır (UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, t.y.).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

COĞRAFI İŞARET VE SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİ TURİZMİ

3.1. Coğrafi İşaret Kavramı

Coğrafi işaret kavramı son yıllarda birçok açıdan önem kazanmış bir kavramdır. Coğrafi işaret kavramı, tüketici pazarlarında, ticaret ve turizm sektörlerinde önemli bir role sahiptir. Coğrafi işaret kavramı, sınırları belirli bir coğrafya ile özdeşleşen ve ünü coğrafya sınırlarını aşan ürünleri tescillemek adına kullanılmaktadır. Coğrafi işaretli ürünler genellikle ait olduğu yörenin adını almaktadır. Ait olduğu bölgenin izlerini taşıyan coğrafi işaretli ürünler, bölgenin kendisine özgün üretim yeteneğinin ve geleneklerinin yansıtıldığı örneklerdir (Sabur ve Güneş, 2022). Coğrafi işaretli ürünler bir köye, kasabaya, ilçeye veya kente ait oldukları için bu alanlar dışında üretimleri gerçekleştirilmemektedir. Coğrafi işaret ile tescillenmiş ürünün ait olduğu bölge dışında üretilmesi için bazı koşulları sağlaması gerekmektedir. Bu koşullardan en önemlisi coğrafi işaretle tescillenen bir ürünün sahip olduğu üretim malzemelerinden en az bir tanesinin ait olduğu bölgeden temin edilmesi şartıdır. Dünya’da birçok kategoride tescillenmiş coğrafi işaretli ürünler bulunmaktadır. Rokfor peyniri, Parma Jambonu, Küba Purosusu, Mastiha Likörü, Parmesan Peyniri, Washington Portakalı, Dünyada coğrafi işaretle tescillenen ürünlere örnektir (Esen, 2016, s. 450; Doğan, 2015). Türkiye’den ise Milas Zeytinyağı, Giresun Tombul Fındığı, Taşköprü Sarımsağı, Aydın Kestanesi, Malatya Kayısısı uluslararası yasalarca korunma altına alınan ürünlerden bazılarıdır.

Tarım ürünleri, gıda ürünleri, el sanatları, maden ve bazı hayvan ırkları gibi kategorilerle coğrafi işaretli ürünler tescillenerek koruma altına alınır. Bir ürünün coğrafi işaret tesciline sahip olması için sahip olması gereken özellikler bulunmaktadır. Bu özellikler 5 kategoride sınıflandırılmıştır (Demir, 2020, s. 9-13):

1. **Ürün:** Coğrafi işaret tescilinin odak noktası ürünlerdir. Coğrafi işaret tescilinin başlıca amacı; belirli bir coğrafyaya ait ve özgün özellikleriyle benzerlerinden ayrılan ürünlerin sahip olduğu niteliklerini korumayı amaçlamaktadır.

2. **Belirli bir coğrafya:** Tescillenen ürünler belirli bir coğrafyanın özgün nitelikli ürünleridir.

3. **İşaret:** Coğrafi işaret tescili ile korunma altına alınan ürünlerin pazarda tüketici tarafından ayırt edilmesini sağlayan amblemlerdir.

4. **Ürünün Belirli Bir Karakteristik Taşınması:** Coğrafi işaret tescilinin odağında ait olduğu coğrafyadan izler taşıyan özgün ürünler yer almaktadır. Ürünlerin bu şartı taşımalarının yanında ait oldukları coğrafyada uygulanan geleneksel üretim teknikleriyle hazırlanması da gerekmektedir. Belirtilen şartlar ürünlerin kalitelerini korumalarına katkı sağlamaktadır.

5. **Ürünün Karakteristik Özelliği ile Coğrafi Kökeni Arasında İlişki Olması:** Coğrafi işaretli ürünler incelendikleri zaman belirli coğrafyaya ait olmalarının yanında ve yörenin halkından, tarımsal niteliklerinden ve kültüründen birtakım izler barındırmaktadırlar.

3.1.1. Coğrafi İşaret Kavramının Tarihsel Gelişimi

Coğrafi işaret kavramının literatürde birçok tanımı mevcuttur. Fakat hepsi aynı öz üzerinde durmaktadır. Türk Patent ve Marka Kurumu (t.y.a) “coğrafi işaret kavramını, benzerlerinden ayıran belirgin bir özelliğe ve ait olduğu coğrafya ile özdeşleşerek kazandığı üne sahip ürünler şeklinde tanımlamıştır”.

Coğrafi işaret kavramının tarihi eskiye dayanmaktadır. Sanayi devrimi ve sonrasında yaşanan teknolojik gelişmeler neticesinde hayatımızı kolaylaştıran ürünlerin üretimi artmıştır. Bu nedenle de ürünleri ilk kez üreten üreticileri korumak adına bir sözleşmenin fayda sağlayacağı düşünülmüştür. Çünkü dünya pazarlarında orijinal

olmayan birçok ürün piyasada bulunmaktadır. Bu durum dünya genelindeki rekabetin, haksız rekabete dönüşmesine neden olmuştur (Çalışkan ve Koç, 2012). Haksız rekabetin önüne geçilmesi adına 1883 senesinde imzalanan Paris Sınai Mülkiyetin Korunması Kanunu yakın tarihte imzalanmış ve birtakım ürünleri koruma altına almayı amaçlamış bir sözleşmedir. Paris sözleşmesi, endüstriyel ürünleri ve tasarımları, patentleri, işletme markalarını ve ürünlerin coğrafi aidiyetini korumak için düzenlenmiştir (Gökovalı, 2007). Paris Sözleşmesi içerdiği maddeler doğrultusunda coğrafi işaret tescilinin temelini oluşturmaktadır. Paris sözleşmesini ilk etapta 11 ülke imzalamıştır. Katılımcı sayısının artması, dünya genelinde ürün ve üretici haklarının korunması açısından daha etkili olacağını göstermektedir. Nitekim günümüzde Paris sözleşmesi 177 ülke tarafından onaylanmıştır. Türkiye ise Paris Sözleşmesini 1925 senesinde imzalamıştır (WIPO, 2022).

Zaman içerisinde yaşanan teknolojik gelişmeler ve atılımlar, Paris Sözleşmesinin amacını uygulamakta yetersiz kalmasına neden olmuştur. Bu nedenle zamanın şartlarına uygun daha güncel bir anlaşma oluşturulmuştur. Bu anlaşma 1891 Madrid Anlaşmasıdır ve en önemli niteliği sınai mülkiyeti korumak adına yaptırımlar içermesidir (Işkın, 2020). Anlaşmada geçen maddeye göre sınai mülkiyetin korunması amacıyla menşe ve markası belli olan ürünün hakları üreticisine aittir ve başka bir ülkede ithalat yoluyla pazara girebilecektir. Küreselleşen dünyada gelişen ticarete bu sözleşmeleri beraberinde getirmiş ve kapsamını genişletmiştir. Madrid Anlaşması da seneler içerisinde yenilenerek yerini sırasıyla, 1911 Washington, 1925 Lahey, 1934 Londra, 1958 Lizbon ve 1967 Stockholm sözleşmelerine bırakmıştır (WIPO, 2022). 1958 Lizbon Anlaşması ile beraber ürünlerin aidiyetlerine ilişkin itirazları titizlikle incelenmek adına 1 sene askıda kalması maddesi eklenmiştir. Bu madde gereğince ürünlerin menşe netleştirilerek koruma altına alınmaktadır. Menşe itirazının içeriği, söz konusu ürünün hammaddesi, üretimi ve geleneksel özelliklerinin tespiti. Bu süreci yürütme sorumluluğu Dünya Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları Organizasyonuna (Word Intellectual Property Organisation-WIPO) aittir. WIPO, fikri mülkiyet hizmetlerine ilişkin politikaları yürüten, bilgi ve iş birliği konusunda ilgililere yardımcı olan küresel bir örgüttür. 193 üyesi bulunan WIPO,

Birleşmiş Milletler'in kendi kendisini finanse etmesine olanak sağlamasına yardımcı bir kuruluştur (WIPO,2022). Sözleşmeler bünyesinde yürürlüğe giren yaptırımlar dünya üzerinde var olan ve üretilecek olan yeni ürünleri koruma altına alıp üreticilerine fayda sağlayarak uluslararası pazarda haksız rekabeti önlemektedir. Üreticilere sağladığı fayda da doğrudan ülke ekonomilerine katkı sağlamaktadır. Coğrafi işaretleri koruması altına alan kanunlar maddi getirileri olduğu kadar manevi değerleri de koruma altına almaktadır. Türkiye'de 1995 senesinde coğrafi işaretleri korumak adına, 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname düzenlemiştir. TÜRKPATENT bünyesinde bulunan Markalar Dairesi düzenlenen kanun ile coğrafi işaretli ürünleri koruması altına almıştır (TÜRKPATENT, t.y.b). Sonuç olarak "WIPO, Interpol ve Europol gibi uluslararası örgütler sahte ürünlere ve ürün taklitçiliğine karşı mücadele etmektedir. Nitekim bir sınai hak türü olan coğrafi işaretler; diğer fikri ve sınai haklar gibi ticareti haksız rekabete karşı korur, tüketiciyi yanlış bilgilendirmenin önüne geçer ve ülkesel olarak korunma sağlar" (Gürsu-Doğu, 2008).

3.2. Coğrafi İşaret Tescili

Kapsamlı bir başvuru sürecini kapsayan coğrafi işaret alma süreci mahreç işareti ve menşe adı olarak ikiye ayrılır. Bunların dışında kalan kavramlar ise geleneksel ürün adı dahilinde kalır. Mahreç işareti ve menşe adı olma çetrefilli denilebilecek kapsamlı incelemelere tabii tutulur. Bu incelemeler Türk Patent ve Marka Kurumu (TÜRKPATENT) tarafından gerçekleştirilir. Tahmin edilebileceği üzere Türkiye'de kültürel alışverişten ötürü aynı ürünlere pek çok yerden tescil talebi gelebilmektedir. Bu sorun sürecin kapsamının oldukça detaylandırılmış olmasındaki en önemli sebeplerden biridir.

Mahreç işareti ve menşe adı alabilmek için ilk yapılması gereken tescillenecek ürünün üzerine derinlemesine inceleme yapılarak bir ön hazırlık çalışması yapılmasıdır. Bu süreç tescilleme için gerekli şartların karşılanması konusundaki araştırma, evrakların tamamlanması ve aynı ürüne gelen farklı taleplerin itirazına kadar detaylandırılmış olması

gerekmektedir. Ön hazırlık aşaması yetersiz olan tescilleme işlemi, sürecin ilerleyişinde hatalara neden olarak başarısız olunma ihtimalini artırır. Bu da zaman ve kaynak israfına neden olarak istenmeyen sonuçlar doğurabilir.

Başvurunun yapılması aşamasında ise öncelikle başvuru içeriğindeki her bir maddenin tek tek tamamlanması gerekiyor. Bunlar şu şekilde sayılabilir (TÜRKPATENT, 2020);

- Başvuru No
- Başvuru Tarihi
- Coğrafi İşaretin Adı
- Ürün / Ürün Grubu
- Coğrafi İşaretin Türü
- Başvuru Yapan
- Başvuru Yapanın Adresi
- Vekil
- Coğrafi Sınır
- Kullanım Biçimi
- Ürünün Tanımı ve Ayırt Edici Özellikleri
- Üretim Metodu
- Coğrafi Sınır İçerisinde Gerçekleşmesi Gereken Üretim, İşleme ve Diğer İşlemler
- Denetleme

SMK (Sinai Mülkiyet Kanununu) 34. Maddesindeki mahreç işareti tanımlamasına göre “üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş coğrafi alan sınırları içinde yapılan ürün” şartlarından hangisi ya da hangileri yerine getiriliyorsa kapsamlı şekilde ele alınarak başvuru içeriğinde bulundurulmalıdır.

Her bir madde tek tek tamamlandıktan sonra 6769 sayılı SMK 49. Maddede yazılı olan kurallara bağlı kalarak sağlıklı işleyen bir denetleme mekanizması yürürlüğe sokularak coğrafi işaret almayla ilgili son koşul da yerine getirilir.

Başvurular Türk Patent ve Marka Kurumu elektronik başvuru sistemi (EPATS) üzerinden e-Devlet kullanılarak yapılır. Son olarak TÜRKPATENT başvurusu incelemeye alır. İncelemesinde Resmî Gazetenin 2017 yılında yayınladığı sayı numarası 29944 olan basımında 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanununu baz alır (Işık, 2022, s. 55). Kurum başvuruyu incelemeye aldıktan sonra gerekli gördüğü takdirde uzman atayarak yerinde inceler veya yardımcı olabilecek diğer kurum ve kuruluşlardan görüş talep eder. Eğer şartlar eksiksiz şekilde yerine getiriliyorsa ve yapılabilecek her türlü itiraz başvuru sürecinin lehine şekilde neticelenirse iki ay süresi olan başvuru bedeli ödenip TÜRKPATENT'e bildirilir. Tamamlanan bu işlemlerden sonra sicile kaydedilir ve bültende yayınlanarak coğrafi işaret veya geleneksel ürün adı ilan edilir. Benzer başvurular yapılacaksa 3 ay içerisinde ilan edilen coğrafi işarete itiraz edilebilir (TÜRKPATENT, t.y.d, s. 8).

3.2.1. Coğrafi İşaret Tescilinin Sınıflandırılması

Coğrafi işaret tesciline dair, 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun 34. Maddesinde bir sınıflandırma yapılmıştır. Türk Patent ve Marka Kurumu, coğrafi işaretli ürünleri niteliklerine göre 3 ayrı kategoride sınıflandırmıştır: Bu kategoriler (TÜRKPATENT, t.y.c):

- 1. Menşe Adı:** Menşe adı altında coğrafi tescil hakkı kazanan ürünlerde temel şart ürünün üretiminin tamamının ait olduğu coğrafyada gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu yönüyle menşe adı ile tescillenen ürünlerin ait oldukları yöreyle bağları çok kuvvetlidir. Türk Patent ve Marka Kurumu Coğrafi İşaret Portalında Türkiye'de menşe adı altında tescillenen toplam 338 adet ürün bulunmaktadır. Bu ürünlere, Finike Portakalı, Kayseri Sucuğu, Afyon Kaymağı, Boyabat Çemberi, Çelikhan Tütünü örnek verilebilir.

2. Mahreç İşareti: Mahreç işareti altında coğrafi tescil hakkı kazanan ürünlerin üretimlerinde kullanılan malzemelerden en az tanesinin ürünün ait olduğu coğrafyadan gelmesi veya ürünün üretimi, işlenmesi gibi işlemlerinden en az birisinin ait olduğu coğrafyada gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Diğer işlemler veya malzemeler farklı bir bölgede gerçekleştirilebilir fakat üretim yöntemlerinin aslına uygun bir şekilde uygulanması ürünün kalitesini korumaktadır. Türk Patent ve Marka Kurumu Coğrafi İşaret Portalında mahreç işareti altında tescillenen toplam 882 adet ürün bulunmaktadır. Bu ürünlere Adana Kebabı, Bozkır Tahini, Balıkesir Pullusu, Bursa Bıçağı örnek verilebilir.

3. Geleneksel Ürün Adı: Mahreç İşareti ve Menşe Adı kategorisinde yer almayan ve yer aldığı pazarda en az 30 sene süresince aynı isimle anılan ürünleri tarif etmek için kullanılan isimdir. Türk Patent ve Marka Kurumu Coğrafi İşaret Portalı sitesinde yer alan verilere göre toplam 5 adet ürün geleneksel ürün adı kategorisinde yer almaktadır. Bu ürünler, Çakallı Menemi, Döner, Şevketi Bostan, Ezogelin Çorbası, Denizli Tandır Kebabıdır.

Şekil 3. Coğrafi İşaret Ambлемleri



Kaynak: TÜRKPATENT, t.y.c.

3.2.2. AB’de Coğrafi İşaret Tescili

Avrupa birliğinde coğrafi işaret kavramı tarihi süreci olarak pek çok değişikliğe uğrayarak günümüzdeki halini almıştır. AB Komisyonunun tarım ürünleri ve gıda

maddeleri hakkında bir stratejiden bahsetmesi 1985 yılında yayımlanan Yeşil isimli kitapla olmuştur. Daha sonra 1988 yılında kırsal kesimin pazarlanabilmesi, canlandırılması ve reklamının yapılabilmesi adına bazı düzenlemelerin gerekliliği tartışılmıştır. Gündemde tutulmasıyla üzerine çalışmaların hızlandırıldığı coğrafi işaretlerin koruma altına alınma çalışmaları 1990 yılında yayımlanan Tüzük Taslağına onay verilmesiyle resmileşmiştir (Özgür, 2011, s. 218).

AB Komisyonunun stratejisi gereği coğrafi işaretler Türkiye’deki gibi fikri ve sınai mülkiyete dahil olmak yerine AB Ortak Tarım Politikası hedefleri üzerinden nitelendirilmiştir. Ortak Tarım Politikası 1992 yılında bazı değişikliklere uğramıştır. Bu durum sonucunda her ürüne direkt olarak destek verilmemesi gerektiği kararlaştırıldı. Alınan bu kararların neticesinde ilk defa “14 Temmuz 1992 tarihinde 2081/92 sayılı Tarım Ürünleri ve Gıda Maddelerinde Coğrafi İşaretlerin ve Menşe Adların Korunması Hakkında Tüzük AB Konseyi tarafından kabul edilip, 26 Temmuz 1993 tarihinde yürürlüğe girmiştir” (Özgür, 2011, s. 218).

İsmi pek duyulmamış bölgelerin tanıtımını yaparak ürünleri dünyaya tanıtmak, ürünlerin kökeninin koruyarak halkı üretime teşvik etmek ve bölgesel kalkınmayı hızlandırabilmek adına yürürlüğe giren tüzük bu amaçları temel almıştır. Başka bir neden olarak ise yöreye özgü ürün ve gıdaların korunması kapsamında ülkelerin kendi çıkarttıkları kanunlar kendi aralarında AB içerisinde karışıklığa neden olabiliyordu. Tüzük sayesinde birlik sağlanarak bu karışıklığında ortadan kaldırılması amaçlanmıştır. Ayrıca tüketiciler aldıkları ürünün ülke içerisindeki kökenden de öte Avrupa genelindeki kökeninden emin olabilmektedir (Özgür, 2011, s. 219)

2006 yılında AB’ye Amerika ve Avustralya 2081/92 sayılı tüzüğe dava açmıştır. Davadan sonra AB Komisyonu eski tüzüğü düzenleyerek 510/2006 ve 509/2006 sayılı tüzükleri yürürlüğe sokmuştur. Dava sonucunda 2081/92 sayılı tüzük kaldırılmıştır. Buna göre 510/2006 sayılı tüzük coğrafi işaretleri kapsarken 509/2006 sayılı tüzük ise geleneksel özellikli ürün adlarını kapsam altına almaktadır (Gürsu-Doğu, 2008, s. 15).

Tüzüklerin en güncel revizesi ise 2012 yılında yapılmıştır. 1151/2012 sayılı tüzük tarım ürünleri ve gıda maddeleri üzerine yoğunlaşmış alkollü içecekler üzerinde pek bir değişiklik yapılmamıştır. Fakat bazı istisnai ürünleri de düzenlemenin konusu haline getirmişlerdir. Bu doğrultuda çeşitli bitkiler, yöreye özgü yün ve deri ürünleri gibi istisnalar üzerinde de çalışılmıştır (Demir, 2020, s. 33). Tüm tüzüklerin ortak noktası Avrupa Birliği Ortak Tarım Politikasının bir parçası olarak değerlendirilmesidir.

Coğrafi işaret kavramı tüm dünya üzerinde yaygınlaşan ve faydalanılan bir kavramdır. Bu gelişmeler sonucunda artık Dünya’da coğrafi işaret tescilini en çok 27 üye devlet, yaklaşık 500 milyon tüketici ve 14 milyon çiftçi ile Avrupa Birliği ülkeleri kullanmaktadır (Aktaran: Çakaloğlu, 2015, s. 25).

Yenilenen son tüzük ile Avrupa Birliği coğrafi işaret kavramı aslen gıda ve tarım ürünlerini kapsamaktadır. Alkollü içecekler, aromatize şaraplar ve şaraplar güncellenen son mevzuatlara dahil değildir. Alkollü içecekler, ait oldukları ülkelerin ve Avrupa Birliği’ndeki coğrafi işaret mevzuatının korunması altındadır. Süs bitkileri, deri ve yün gibi bazı farklı ürün grupları istisnalar ile tescillenebilmektedir. Avrupa Birliğinde tescil işlemi üç kategori çerçevesinde gerçekleştirilmektedir. Türkiye’deki sistemle paralel olarak tescil çeşitleri (Demir, 2020, s. 33);

- Protected Geographical Indication (PGI / mahreç işareti),
- Protected Designation of Origin (PDO / menşe adı)
- Traditional Specialty Guaranteed (TSG / geleneksel ürün adı) şeklinde yapılır.

TSG, kategorisindeki ürünlerin korunması diğer iki tescil şekli kadar kuvvetli değildir. Çünkü geleneksel ürün adı kapsamına giren ürünler ait oldukları coğrafya ile çok kuvvetli bağlara sahip değildir. TSG kapsamında tescillenen ürünler, uzun yıllardır üretildikleri için kendilerine özel geleneksel üretim şekillerinin korunması istenen ürünlerdir. İtalya’nın dünyaca ünlü Mozerella Peyniri, TSG kapsamında üretim tekniği

korunma altına alınmış bir üründür. Ayrıca Mozzarella di Bufala Campana ve Mozzarella di Gioia del Colle isminde 2 tane de menşe adı tescilli bulunmaktadır. Peynirlerin farkı üretimlerinde kullanılan ana malzeme sütlerden kaynaklanmaktadır. Mozzarella di Bufala Campana üretiminde sadece belirlenen yöredeki manda sütleri kullanılabilirken Mozzarella di Gioia del Colle yine belirlenen alandaki inek sütlerinden üretilmektedir. TSG olarak tescillenen Mozzarella için ise herhangi bir coğrafi sınır olmamakla birlikte yalnızca üretim metodu tescillenmiştir (Demir, 2020, s. 34).

3.2.3. Türkiye’de Coğrafi İşaret Tescili

Hükmünde Kararname ile yasallaşmıştır. Türk Patent ve Marka Kurumu çatısı altında bulunan Markalar Dairesi coğrafi işaret tesciline dair işlemleri yürütmektedir. 2015 senesinde yürürlüğe giren Ulusal Coğrafi İşaret Strateji Belgesi ve Eylem Planı yerini 2017 yılında yürürlüğe giren 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu’na bırakmıştır. 2017 senesinde yasallaşarak yürürlüğe giren 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu ile coğrafi işaretlerin korunması süreci iyileştirilerek, daha sağlam bir altyapı geliştirilmiştir (Işık, 2022, s. 55). 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu’nun 34. Maddesinde coğrafi işaret tescili, üç alt başlık altında kategorize edilmiştir. Coğrafi işaretli ürünler; menşe adı, mahreç işareti ve geleneksel ürün adı altında gruplandırılır. Coğrafi işaret kapsamında incelenen ürünler de gıda, tarım, el sanatları, maden, bazı hayvan türleri ve endüstriyel ürünler olabilir. Amblem Yönetmeliği ile piyasada yer alan coğrafi işaretli ürünlerde amblem kullanımı zorunlu hale getirilmiştir. Türkiye’de tescillenen coğrafi işaretler yalnızca ülke sınırları içerisinde koruma altındadır. Uluslararası pazarlarda da korunabilmesi için 510/2006 sayılı Tüzük ile Avrupa Birliği’nde de tescillenerek koruma altına alınabilirler. (European Commission, 2022a). Türk Patent ve Marka Kurumu’nun resmî sitesinde yer alan verilere göre; güncel tescillenen ürün sayısı 1341’dir. Resmi sitede yer alan verilerden oluşturulan istatistiklere göre; çorba ve yemekler kategorisi %27,4 ile en çok tescilli ürünü barındırmaktadır. Tescil başvurusunu ve işlemlerini en çok belediyeler (403) gerçekleştirmiştir (TÜRKPATENT, 2023).

3.3. Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi ve Coğrafi İşaret Tescili

Turizm sektöründe artan sürdürülebilir eğilimler ve amaçlar gastronomi turizmi gibi alternatif turizm türlerinin önemini arttırmıştır. Çünkü gastronomi turizmi birçok turizm trendiyle ve sürdürülebilirlikle kolay entegre olan alt yapıya sahiptir (Şahin ve Ünver, 2015). Sürdürülebilir gastronomi turizmi anlayışı yerel halk ve kırsal alanlarda uygulanan tarım faaliyetlerini destekleyen, gelişime katkıda bulunan bir turizm trendidir (Yurtseven ve Kaya, 2011). Sürdürülebilir gastronomi turizmine katılan turist kitlesinin motivasyonunu, organik tarım ürünleri, farklı gelenekler ve mutfak ritüelleri, yerel ve otantik yiyecek-içecekler, çevreye karşı daha duyarlı üretilen ürünler oluşturmaktadır. Yurtseven ve Kaya (2011) ve Scarpato (2002) “sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinin bileşenlerini aşağıdaki gibi ifade etmektedir;

- Özel restoranlar
- Yerel olarak üretilmiş yiyecekler
- Özel yemek üretim sistemleri
- Yemek festivalleri
- Özel yemek organizasyonları
- Doğal alışveriş merkezleri
- Doğal ve tarihi alışveriş mekanları
- Yerel yaşam kültürü
- Organik tarım ve organik ürünler
- Yerel yemek üretimi
- Geleneksel üretimdir.”

Eski reçetelerin geleneksel üretim teknikleriyle uygulandığı yerel mutfağı temsil eden yemekler gastronomik mirasın bir parçasıdır. Gastronomi turizmine katılan turistlerin ilgisini özgün ve yerel nitelikli otantik ürünler çekmektedir. Bu sebeple de yöresel yemeklerin destinasyonlarda kullanımı ve tüketiciyle buluşması gastronomi turizmine katkı sağlamaktadır (Güneş, Ülker ve Karakoç, 2008). Ayrıca destinasyon çekiciliğini arttırmaktadır. Bu bilgilerden yola çıkarak özgün nitelikleri, yerel üretim kültürünün bir parçası olan coğrafi işaretli ürünlerin sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında önemli bir alan olduğunu söylememiz mümkündür. Destinasyon çekiciliğini

arttıran yerel mutfak kültürünün eşsiz örnekleri olan coğrafi işaretli ürünlerin kazandıkları tescil hakkı sahip oldukları kaliteyi korumaktadır. Coğrafi işaretli ürünler sahip oldukları kalite standartları dolayısıyla tüketicilerin tercih ettiği ve güven düzeyi yüksek ürünler grubuna dahildir. Ayrıca coğrafi işaret tescili, ürünlerin tanıtım ve pazarlanmasında önemli rol oynamaktadır (Temiz, 2019, s. 32). Coğrafi işaret tescilinin ürünlerin tanıtım ve pazarlanmasında oynadığı etkin rol bölge ekonomisinin geliştirilmesine katkı sağlamaktadır. Tescilli ürünlerin fiyatlarında yaşanan artış üreticisinin daha fazla maddi gelir elde etmesini sağlamaktadır. Örneğin Avrupa Birliği Komisyonu tarafından 18/09/1973 tarihinde PDO etiketi altında tescillenen Champagne'in (Şampanya) ücreti tescillenmeden önce yaklaşık 12 \$'dı. 1973 senesinde kazandığı tescil hakkıyla birlikte şampanyanın ücreti 40 \$'a yükselmiştir (Doğan, 2015, s. 67). Avrupa Birliği Eurobarometer tarafından 1999 senesinde gerçekleştirilen anket ile tüketicilerin coğrafi işaretli ürünlere karşı tutum ve düşünceleri araştırılmıştır. Anket sonucunda elde edilen verilerde tüketicilerin coğrafi işaretli ürünleri tercih etmesinde;

- %56 oranıyla ürünlerin üretim yeri ve metodunun bilinmesi,
- %37 oranıyla ürünün menşeinin garanti edilmesi ve kaliteli olmalarının etkili olduğu sonucuna varılmıştır (Vital, 1999, s. 52).

Ayrıca aynı araştırmada tüketiciler güven duydukları coğrafi işaretli ürünlere daha fazla ücret ödemeyi kabul etmektedirler. Bu örnekten de anlayabileceğimiz üzere tüketiciler kaliteli ürünleri tercih etmektedirler. Coğrafi işaret tescili ile ürünlerin kalite standartları ve özgün niteliklerin korunmaktadır. Bu durumda Cİ ürünlerden elde edilen gelirlerin sürdürülebilirliğini sağlamaktadır (Çalışkan ve Koç, 2012 s. 197).

Sonuç olarak sürdürülebilir gastronomi turizminin temel amaçları, mutfak mirasının korunması, yerel halkın kalkınması ve geçmişten bugüne taşınan kültürel değerlerin, geleneklerin geleceğe de aynen aktarılmasıdır. Bu hedefleriyle sürdürülebilir gastronomi turizminin uygulandığı alanlarda kırsal bölgelerdir. Sürdürülebilir gastronomi turizmine ilgi duyan ve destekleyen turistlerde gastronomi turizminin ürünleri olan yerel restoranlar,

yöresel yemekler, pazarlar, festivaller, organik tarım, kültürel değerler ve gelenekleri merak etmektedirler. Bu nedenle ziyaret ettikleri destinasyonların özgün üretim tekniğini ve yöresel mutfak tekniğini yansıtan coğrafi işaretli ürünleri tercih etmektedirler (Sabur ve Güneş, 2022). Bu yönüyle coğrafi işaret tescili mutfak mirasının korunması ve sürdürülebilirliğini desteklemesi, yerel tarımı desteklemesi, üreticiyi koruması, ürün tanıtımı ve pazarlanmasında sağladığı katkılarıyla sürdürülebilir gastronomi turizmini desteklemektedir. Kısaca sürdürülebilir gastronomi turizmi ve coğrafi işaret tescili arasında güçlü bir bağ olduğu açıktır.

3.3.1. Coğrafi İşaret ve Sürdürülebilirlik İlişkisi

Sürdürülebilirlik ve coğrafi işaret kavramı arasında güçlü bir bağ olduğunu söylememiz mümkündür. Çünkü coğrafi işaret kavramı toplumsal değerlerin önemini, korunmasını ve sürdürülmesini amaçlayan uygulamalardır (YÜCİTA, 2019). Kültürel değerlerin, geleneklerin, yerel üretimin korunarak aynen gelecek nesillere aktarılması amacıyla faaliyetlerini sürdüren coğrafi işaret uygulamaları ürünlerin aslına sadık kalınmasını savunmaktadır. Coğrafi işaret tescili bu hedefleriyle sürdürülebilirliği desteklemektedir. Benzer hatta aynı amaçları tanımlamak için kullanılan sürdürülebilirlik ve coğrafi işaret kavramları ortak paydada bugünün değerlerini koruyarak geleceğe aktarmayı hedeflemektedir.

Bugün coğrafi işaret tescili, üreticilere sağladığı ayrıcalıklar daha fazla ürünün tescillenmesi konusunda üreticileri motive etmektedir. Tüketiciler ise coğrafi işaretli ürünlere güven duymaktadır. Bu tutumda coğrafi işaretli ürünlerin üretimini teşvik etmektedir (Kızıltepe, 2017). Sürdürülebilirliğin üç boyutunu üst paragraflarda açıklanmıştır. Çevresel sürdürülebilirlik kapsamında coğrafi işaret tescili incelendiğinde; tescil uygulaması yerel ve geleneksel nitelikteki ürünleri tescilleyerek, denetimler ve kanunlar aracılığıyla korumaktadır (Tekelioğlu, 2019). Ekonomik sürdürülebilirlik kapsamında coğrafi işaret tescili, yerel üreticiye sağladığı haklarla ve agro-endüstriyel sisteme karşı aldığı önlemlerle koruyarak yerel üretimi savunmaktadır. Yerel ve

geleneksel üretimin destelenmesiyle kırsal kalkınma desteklenmektedir (Tepe-Balaban, 2016).

Coğrafi işaret ile tescillenen ürünlerin tanıtımı destinasyonların tanıtımına da katkı sağlamaktadır. Coğrafi işaret tescilli ürünlere kazandırdığı marka değeri ürünlerin tüketiciyle buluştuğu pazarlarda benzerlerinden ayırt edilmesini sağlamaktadır. Bu yönüyle de tüketicilerin ilgisini çekmektedir. Bu özellikleri taşıyan ve tüketici ilgisini çeken Antep Baklavası uluslararası tescillenen bir üründür. Avrupa Birliği Komisyonu tarafından 2013 yılında tescillenmiştir. Gaziantep Baklavası/ Antep Baklavası'nın tanıtımı için gerçekleştirilen pazarlama stratejileri neticesinde uluslararası ve ulusal alandan birçok turist baklavayı deneyimlemek ve hazırlanış tekniklerini ustalarından öğrenmek için, Gaziantep'i ziyaret etmiştir (Pektaş vd., 2018). Bu örnek coğrafi işaret tescili ve gastronomi turizmi arasındaki ilişkiyi özetler niteliktedir.

Kültürel miras kavramının oluşumu için bir süreç gerekmektedir. Coğrafi işaret tesciline konu olan gıda, maden, el sanatları gibi ürünler kültürel mirasın önemli bileşenleridir. İnsanlar için mevcut durumda bir öncelik olan ekonomik kaygılar sebebiyle kültürel mirasın bu bileşenlerinden elde ettikleri gelirlerin sürdürülmesine yönelik uygulamaları desteklemektedirler. Özellikle endüstri tesislerden yoksun, tarım ve hayvancılıkla geçimin sağlandığı kırsal alanlar için turizm kalkınma için önemli bir kavramdır. Fakat bu bakir alanların doğasının, sosyo-kültürel değerlerinin zarar görmesini engelleyecek turizm çeşitleri tercih edilmelidir (Güneş, 2016, s. 43). Kırsal alanlarda üretimde bölgenin sahip olduğu doğal kaynaklar kullanılmaktadır. Sürdürülebilir gastronomi turizmi çatısı altında kırsalın kalkınması için gerçekleştirilen faaliyetler, geleneksel üretime, doğal kaynaklara, gastronomik mirasa ve bölge kültürüne zarar vermeyecek aktiviteleri kapsamaktadır. Ayrıca turizm açısından da yeni turist kitlesinin ilgisini çeken bu küçük destinasyonların kültürel miraslarının coğrafi işaret tesciliyle desteklenerek korunmaktadır. Bu hedefte coğrafi işaret tescili, kırsal alanların kültürünün yaşatılmasında ve sürdürülmesinde katkı sağlamaktadır.

Özet olarak coğrafi işaret tescili; üretici gelirinin artmasına, yerel ekonominin canlanmasına, biyoçeşitliliğin korunmasına, tüketici ve üretici haklarının korunmasına, destinasyonların tanıtılmasına olumlu yönde katkılar sağlamaktadır. Bu katkılar aynı zamanda gastronomi turizminin sürdürülebilirliğin sağlanmasını desteklemektedir.

3.3.2. Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Açısından Coğrafi İşaret Tescilinin Önemi

Yaşanılan zamanın yani günümüzün iş yaşamının yoğunluğu ve stresi insanları hazır gıdalara yönlendirmektedir. Başta insan sağlığı için zararlı olan hazır ve donmuş gıdalar mutfak kültürüne de zarar vermektedir. Bu durumun bilincinde olan ve tatillerinde yaşadıkları yoğunluk ve stresten uzaklaşmak isteyen turistlere, doğa ile iç içe ve yerel mutfak kültürünün ön plana çıktığı destinasyonlar cazip gelmektedir (Ünlü ve Buyruk, 2022). Ayrıca artan bilinç düzeyi yüksek tüketici kitlesi, tüketecekleri gıdaların sağlığa uygunluğuna ve ambalajlarının geri dönüştürülebilir yapıda olmasına dikkat etmektedirler. Bilinçli kitleler katıldıkları turizm aktivitelerinde aynı hassasiyetleri ve duyarlılıklarıyla turizme yön vermektedirler. Bu nedenle de bölgelerin özgünlüğünü yansıtan sürdürülebilir üretim anlayışı temel alınarak üretilen coğrafi işaretli ürünleri bilinçli tüketicilere hitap etmektedir (Tanrıkulu ve Doğandor, 2021).

Turizm sektörünün ülke ve destinasyon ekonomisine sağladığı faydaların belirli bir sezonla kısıtlı kalmaması ve turizmin faydalandığı kaynakların korunması amacıyla sürdürülebilir gastronomi turizminin geliştirecek politikaları desteklemektedirler. Örneğin turizm açısından birçok turist tercih ettiği Fransa bu konuda başarılı bir ülkedir. Fransa, uyguladığı politikalarıyla ve farklı turizm çeşitleriyle, dünya turizminde 89 milyon turisti ağırlayarak en çok ziyaret edilen 1.ülke olurken yaklaşık 63 milyar dolarlık kazanç ile de en fazla gelir sağlayan 3. ülke olmuştur (UNWTO, 2019). Fransa gastronominin ülkesi olarak anılmasıyla gastronomi turizminde, iyi korunmuş ve başarılı bir şekilde restore edilmiş tarihi destinasyonlarıyla, Alp Dağlarında gerçekleştirdiği kış turizmi ve dağcılık aktiviteleriyle turizm sektöründe ön plana çıkmaktadır. Coğrafi işaret tesciline verdiği

önem bugün gastronomi turizminde Fransa'nın başarısını etkilemiştir. Fransa üretimini gerçekleştirdiği ve ulusal değerlere sahip ürünlerini korumak için 20. Yüzyılda harekete geçmiştir. Bu erken farkındalık ise günümüzde Fransa'nın 796 adet ürününün Avrupa Birliği Komisyonu tarafından tescillenerek korunmasını sağlamıştır (European Comission, 2022b). Örneğin 21/06/1996 tarihinde Avrupa Birliği tarafından tescillenen Roquefort Peyniri, küçük bir kasabadan Dünya'ya yayılmış bir üründür. Bugün oldukça fazla tercih edilen ve peynir meraklılarını üretildiği kasabaya çeken Roquefort Peyniri Fransa ile özdeşleşmiş ve tüm dünya tarafından tanınan bir üründür. Bir peynirin tescillenmesinin, sürdürülebilir gastronomi turizmine sağladığı faydayı anlatan bu örnek coğrafi işaret tescilinin ekonomik faydalarının yanında üreticisine, ait olduğu ülkeye sağladığı gurura da örnek teşkil etmektedir.

Coğrafi işaret tescili kapsamında gerçekleşen başvurular çoğunlukla gıda ürünleridir (Ertan, 2010). Türk Patent ve Marka Kurumu Coğrafi İşaretler Portalı sitesinde yer alan verilerde 1341 ürünün 1122 tanesini gıda maddeleri ve içecekler oluşturmaktadır (TÜRKPATENT, 2023). Türkiye'nin Avrupa Birliği Komisyonu tarafından tescil hakkı kazanmış 12 adet ürünü bulunmaktadır (European Comission, 2023). Coğrafi işaret tesciliyle korunan gıda ürünler doğrudan sürdürülebilir gastronomi turizmini desteklemektedir. Yerel ürünleri koruma altına almak genel bir manada ülke mutfak kültürünün de korunmasıdır. Bir ülkeye sahip yerli ve milli kültürün ürünlerinin farklı ülkeler tarafından sahiplenilmesinin önüne geçmektedir. Coğrafi işaret tescili, teşvik ettiği yerel üretim ve kalkınma politikası sürdürülebilir gastronomi turizmi çerçevesinde büyük bir öneme sahiptir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

KAYSERİ İLİ ÖRNEĞİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİ TURİZMİ VE COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLER

4.1. Kayseri'nin Tarihi ve Genel Özellikleri

Kayseri köklü bir tarihi geçmişe sahip İç Anadolu kentidir. Türkiye’de İç Anadolu Bölgesi’nde yer almaktadır. Kayseri ili, İç Anadolu Bölgesi’nin 3. kalabalık şehridir. 2021 TÜİK verilerine göre şehrin toplan nüfusu 1. 434.357’dir (TÜİK, 2022). Kayseri 16917,00 km²’lik yüzölçümüyle, Türkiye’nin 8. Büyük şehridir (Kayseri Valiliği, t.y.a.). Kayseri, Yozgat, Nevşehir, Niğde, Adana, Sivas, Kahramanmaraş. Adana illeriyle sınır komşusudur. Kayseri 16 ilçeye ayrılmıştır. Bu ilçelerden bazıları, Melikgazi, Kocasinan, Talas, İncesu ve Bünyan’dır. Kayseri’nin en yüksek noktası olan Erciyes Dağı, İç Anadolu’nun en büyük dağıdır. Kayseri geçmişte birçok farklı isimle anılmıştır. Antik dönemde Mazaka adıyla anılan Kayseri, Roma imparatorluğu zamanında Caesarea ismiyle anılmıştır. İslamiyet’in yaygınlaşmasının ardından Türkler tarafından fethedilen Kayseri için Osmanlı Dönemine kadar Kayseriyye ismi kullanılmıştır (Birol ve Yerlikhan, 2006-2007). Türkiye Cumhuriyeti Devleti’nin kuruluşuyla birlikte son ismi Kayseri olmuştur. Kayseri günümüzde sosyal faaliyetler, eğitim koşulları ve sanayi açısından gelişmiş bir kenttir.

Kayseri jeopolitik konumu ve su kaynaklarına yakın bir yerleşim merkezi olması nedeniyle tarih boyunca pek çok medeniyete ve imparatorluğa ev sahipliği yapmıştır. Kayseri’nin yerleşim yeri olarak tercih edilmesindeki diğer sebepler, ulaşım açısından gelişmiş olması ve ticaret hayatında en eski çağlardan beri önemli bir merkez olmasıdır (Deniz ve Atışman, 2017, s. 56). Kayseri tarihte birçok devlete ev sahipliği yapmıştır. Bunlardan bazıları; Asurlulara, Kimmerlere, Hattilere, Hititlilere, Medlere, Perslere, Makedonlara, Kapadokya Krallığına, Ermenilere, Romalılara, Sasanililere, Araplara, Bizanslılara, Danişmentlilere, Anadolu Selçuklularına, Anadolu’da yaşanan Moğol saldırıları sonrasında İlhanlı Devletine, Anadolu Beylikleri döneminde Eretna Beyliğine,

Dulkadiroğullarına ve sonrasında Cumhuriyet Dönemine kadar Osmanlı İmparatorluğuna ev sahipliği yapmıştır (Akkor, 2019). Tarihi eskilere dayanan Kayseri'nin yaşadığı tarihsel süreçleri;

- Hititliler Dönemi,
- Bizans İmparatorluğu Dönemi,
- Selçuklu Devleti Dönemi,
- Osmanlı İmparatorluğu Dönemi,
- Cumhuriyet Dönemi olmak üzere 5 dönemde incelemek mümkündür.

4.1.1. Hititliler Öncesinde ve Hititliler Döneminde Kayseri

Kayseri'de yerleşiminin Neolitik Dönemde başladığı düşünülmektedir. Kayseri kentinin tarihiyle ilgili yapılan araştırmalarda şehirdeki ilk yerleşmeye dair izler M.Ö yaklaşık 3 bin yıl öncesine dayanmaktadır (Erdoğan, 2021, s. 7-18). Anadolu için henüz yazılı tarih başlamamışken, Anadolu hakkında edindiğimiz bilgiler, Akadların çivi yazısıyla yazdıkları tabletlerden ibarettir. Bu bilgilerde Akad Kralları tarafından Anadolu'ya düzenlenen seferlerin bilgileri yer almaktadır. Akadların etkinliğinin azalması ve zayıflamasıyla Asurlular güçlenerek Anadolu'da söz sahibi olmaya başlamışlardır. Ticaretle uğraşan ve ticarete başarılı olan Asurluların tarih sahnesinde aktif oldukları M.Ö 1975-1725 arasındaki çağa Asur Ticaret Kolonileri Çağı ismi verilmiştir (Çolak vd., 2010). Anadolu'da yazılı tarihin başlaması Asurlu tüccarların kullandığı kendi çivi yazılarıyla başlamıştır. Asurlu tüccarların başlattığı ve bölgenin gelişimini hızlandıran ticaret hayatının merkezi günümüzde Kayseri'de yer alan Kaniş'tir (Şahin, 2004). Günümüzde Kültepe olarak adlandırılan Kaniş'te gerçekleştirilen arkeolojik kazılarda bulunan yaklaşık 23.000'den fazla tablette o dönemin ticaret hayatı, antlaşmaları ve sözleşmeler yer almaktadır (Kulakoğlu, 2013, s. 80-81). Asurluların hüküm sürdüğü yaklaşık 250 yıllık dönem hakkındaki bilgileri de Kaniş Antik Kentinde gerçekleştirilen bu kazılarda keşfedilen tabletlerden bilinmektedir. Keşfedilen bu belgeler Anadolu'nun tarihinden bahseden ilk yazılı belgelerdir (Şahin, 2004). Kültepe sırasıyla Asurlular, Hititliler ve Frigler tarafından ele geçirilerek yerleşim alanı olarak kullanılmıştır. Bu uygarlıklara ait izleri barındıran köklü geçmişe ve tarihe sahip Kültepe'de 1881 senesinde

araştırmacıların ilgini çekmiştir (Kınal,1991). Yabancı arkeolog ve araştırmacıların yürüttüğü kazı çalışmaları cumhuriyet döneminde 1925'ten sonra çalışmalar durmuştur. 1948 senesinden itibaren Türk Tarih Kurumu tarafından desteklenen arkeolojik çalışmalar tekrar başlamıştır. (Özgüç, 1979).

4.1.2. Bizans İmparatorluğu Döneminde Kayseri

Roma İmparatorluğu'nun parçalanmasıyla Kapadokya Bölgesi, Doğu Roma İmparatorluğu'nda kalmıştır (Aydın-Saydan, 2015, s.18). Roma İmparatoru 1. Teodos'un iki oğlu arasında paylaşılan Roma İmparatorluğu'nun Doğuda kalan bölümüne Bizans İmparatorluğu ya da Doğu Roma İmparatorluğu ismi verilmiştir. Bizans İmparatorluğu Döneminde Kayseri, Anadolu'da yer alan iki önemli piskoposluk merkezinden birisiydi. Hristiyanlık için önemli bir merkez olan Kayseri'de 3 önemli aziz yaşamıştır. Bu azizler, Büyük Kayseri Piskoposu Basil, kardeşi Nissalı Gregory ve Naziruslu Gregory'dir (Erkiletlioğlu, 1993, s. 112). Bizans İmparatorluğu kurulduğu ilk dönemlerinde olaysız ve sakin bir dönem yaşamıştır. Sakin dönemin ardından yaşanan saldırılar yerel halkın yer altı mağaralarına sığınmasına neden olmuştur. Kayseri'de günümüzde bu yer altı mağaraları ve halkın bölgede inşa ettiği kiliseler ziyarete açıktır. Bu yer altı şehirlerinden biriside Soğanlı Vadisi'dir. Kapadokya Bölgesinde yer alan ve Kayseri'nin bir ilçesi olan Yeşilhisar'da bulunan Soğanlı Vadisi'nde yerleşik hayata dair izler oldukça eskidir (Kayseri Valiliği, t.y.b.). Bizans İmparatorluğu'nda yaşanan taht kavgaları ve merkezi otoritenin zayıflaması Kasseria'yı da etkiledi. Türklerin Anadolu'ya düzenlediği akınlar sırasında Afşin Bey 1067 senesinde Kayseri'yi aldı (Cahen, 1992, s. 19). 1071 Malazgirt Meydan Muharebesi'nin Türkler tarafından kazanılmasıyla Anadolu'da Türk beylikleri ve devletleri kurulmaya başladı.

4.1.3. Anadolu Selçuklu Devleti Döneminde Kayseri

Kayseri, 1067 senesinde Afşin Bey tarafından fetih edilmesinin ardından Anadolu Beylikleri döneminde Danişment Beyliği'nin sınırları içerisinde yer almıştır.

Danişmentoğulları Beyliği'nin kurucusu Süleyman Şah'ın akrabası olan Danişmend Ahmet Gazi'dir. Danişmend Ahmet Gazi, 1085 senesinde Malatya, Sivas ve Kayseri'yi alarak beyliğini kurmuştur (Doğan, 2012, s.191-192). Kısa sürede Kayseri, Türk-İslam şehri karakteri kazanmıştır. Orta Çağ döneminde Kayseri en refah ve parlak dönemini Selçuklu Devleti sayesinde yaşamıştır. 1169 yılında Kayseri, Anadolu Selçuklu Devleti'nin idaresine girmiştir (Öztuna, 1983, s. 471-472). Kayseri Selçuklu Devleti'nin Konya'dan sonra önemli merkezlerden birisiydi. Aynı zamanda Selçuklu ordusunun da toplanma merkeziydi. Kayseri, Anadolu'nun ortasında yer almasından ve önemli ticaret yolları üzerinde yer almasından dolayı önemli bir şehirdi. Başkent Konya'ya olan yakınlığı, doğuda İran ve Orta Asya kültürleriyle olan bilgi alışverişi Kayseri'den diğer Anadolu şehirlerine aktarılmaktaydı (Yanar, 2008, s. 1-2). Ticaretin yaygın olduğu şehirde bu sebeple önemli kervansaraylar bulunmaktadır. Ekonomisi hızla gelişen Selçuklu Devleti şehirlerine önemli yapılar inşa ederek görkemli eserler bırakmışlardır (Yağmahan, 2018).

4.1.4. Osmanlı İmparatorluğu Döneminde Kayseri

Kayseri, 1398 senesinde Yıldırım Bayezid döneminde Osmanlı Devleti'nin toprağı haline gelmiştir (İpşirli, 2002, s. 97). Fakat 1402 senesinde yaşanan Ankara Savaşı'nı kaybeden Osmanlı Devleti bazı topraklarını da kaybetmiştir. Kayseri savaştan sonra birçok Türk beyliği tarafından ele geçirilmiştir. Fatih Sultan Mehmed döneminde Kayseri, Karamanoğulları Beyliği idaresindeydi. Yapılan anlaşma ile Kayseri, Osmanlı İmparatorluğu topraklarına tekrar 1476 senesinde katılmıştır (Cömert, 2007). Kayseri, Osmanlı Devleti topraklarına katıldıktan sonra yıkılışına kadar herhangi yabancı istilasına uğramamıştır. Kayseri, Osmanlı Devleti zamanında savaşa tanıklık etmese de taht kavgaları, merkezi otoritenin zayıflaması ve çıkan isyanlardan olumsuz yönde etkilenmiştir. Bu olaylar şehir düzenini bozarak, halkın can ve güvenliğini etkilemiştir. 1618 senesinde Polonyalı bir Ermeni olan Simeon gözlemlerinde Kayseri'nin o dönemde yaşanan Celali isyanlarından zarar gördüğünü aktarmıştır (Eravşar, 2000, s. 51). Osmanlı

Devleti'nin diğer dinlere ve ırklara karşı hoşgörölü yaklaşımları Kayseri'de yaşanan Rum ve Ermenilerin yaşamlarını Türkler gibi sürdürmelerini sağlamıştır.

Osmanlı İmparatorluğu zamanında Kayseri halkı geçimini tarım, sanayi, hayvancılık, ticaret ile sağlamıştır. Pastırma üretiminde öne çıkan Kayseri daha o dönemde ürettiği pastırmaları imparatorluğun diğer şehirlerine yolluyordu. Tarımda, tahıl, arpa, nohut, mercimek, keten tohumu gibi ürünleri üretilmekteydi. Dünya'yı etkisi altına alan sanayi devrimi Kayseri'de de bazı değişimlere neden olmuştur. Bu değişimler halka, 1825 yılından itibaren 1. Dünya Savaşına kadar refah yaşatmıştır. Osmanlı İmparatorluğu tarafından Kayseri'de güherçile fabrikası açılmıştır. Güherçile barut yapımında kullanılan bir maddedir (Hülagü, 2000, 73). Tarihte ilk Çinliler tarafından kullanıldığını bildiğimiz barut yaşanan teknolojik gelişmeler, savaş ortamında ülkelerin silahlanma yarışında oldukça değer kazanmıştır. Bu sebeple de Osmanlı İmparatorluğu Güherçile Nazırlığı kurmuştur ve yeni güherçile fabrikaları açmıştır (Hülagü, 2000, s. 74). Kayseri güherçile üretimi açısından oldukça uygun bir coğrafyaya kurulmuştur. Çünkü, Kayseri ve arazileri güherçile ve alçı taşı madenleri açısından zengin bir yapıya sahiptir. Ayrıca Kayseri halkı, sanayi açısından gelişmiş İngiltere, Fransa ve Hollanda gibi ülkelere kök boya, kitre ve cehri satıyordu (Tuzcu, 2000, s. 535).

4.1.5. Cumhuriyet Döneminde Kayseri

29 Ekim 1923 tarihinde Türkiye Cumhuriyeti Devleti, Gazi Mustafa Kemal Atatürk tarafından kurulmuştur. Cumhuriyet rejimine geçilmesi Türkiye'de yalnızca siyasal bir yeniliğe yol açmamıştır. Türk milletinin ilerlemesi ve çağdaş medeniyetler seviyesine ulaşabilmesi amacıyla başlatılan reform ve yeniliklerle Atatürk ilkeleri adı verilmektedir (Goloğlu, 1973, s. 9) Bu ilkeler; Cumhuriyetçilik, Milliyetçilik, Laiklik, Devletçilik, Halkçılık, İnkılapçılıktır. Cumhuriyet döneminin başlarında, Mustafa Kemal Atatürk'ün ilke ve inkılapları doğrultusunda ülke genelinde bir yenilenme ve gelişme dönemi başlatılmıştır. Yaşanan değişimler ülkenin çehresini değiştirerek toplumsal yapıyı ve sosyal kimliği de etkilemiştir. Yaşanan bu değişimler ve gelişmeler Kayseri'yi de

etkilemiştir. Kayseri bu tarihten itibaren sanayi, ticaret, eğitim gibi alanlarda hızlı bir gelişme yaşamıştır. Cumhuriyet döneminin ilk zamanlarında devlet tarafından başlatılan sanayileşme çalışmaları kapsamında amaçlanan kalkınma hedefleri neticesinde şehirlerin fiziksel ve sosyal yapıları değişmiştir. Cumhuriyetin ilk zamanlarında kurulan sanayi işletmeleri bünyesinde lojman, market, okul, kültür ve spor tesisleri de bulunmaktaydı. Bu kapsamlı sanayi merkezleri Anadolu'nun gelişimini hızlandırmıştır. Kayseri'de bu değişime tanık olmuştur. Henüz Cumhuriyetin 3. Senesinde 1926 yılında Kayseri'de Türkiye'nin ilk uçak fabrikası kurulmuştur. Ardından devlet desteğiyle, 1935 Sümer Bez Fabrikası ve yerel yönetimin desteğiyle de 1955'te şeker fabrikası kurulmuştur (Asiliskender ve Özsoy, 2011). Kayseri'de kurulan bu üç fabrika halka hem istihdam sağlamaktaydı hem de çalışanların ve yakınlarının eğitim, barınma, kültürel ihtiyaçlarını karşılamaktaydı. Örneğin Sümer Bez Fabrikası çalışanları için 1957 senesinde açılan Sümer İlkokulu-Ortaokulu-Lisesi günümüzde hala faaliyet gösteren okullardır. Yaşanan bu gelişmeler halkın genel kültür seviyesini yükseltmiştir. Kayseri'nin cumhuriyetle birlikte yaşadığı bu önemli adımlar günümüzde Türkiye'nin hayat standartları yüksek şehirlerinden birisi olmasında etkili olmuştur.

4.2. Kayseri'de Turizmin Mevcut Durumu

Turizm sektörü turizm unsurları açısından zengin bölgelerin kalkınmasında önemli bir rol oynamaktadır. Kayseri ili çeşitli turizm çeşitlerinin uygulanabilmesi açısından uygun bir destinasyondur. Şehirde son yıllarda yerel yönetim ve turizm paydaşları tarafından gerçekleştirilen faaliyetler Kayseri'de turizm sektörünün gelişerek uygulanabilirliğini arttırmayı hedeflemektedir (Karamustafa, Güllü ve Acar, 2010). İç Anadolu Bölgesi'nde yer alan Kayseri köklü bir tarihi ve zengin doğal kaynaklara sahiptir. Bu sebeple de yaz ve kış sezonlarında turizmin uygulanabildiği bir şehirdir. Kültepe Ören yeri Anadolu tarihini aydınlatan belgelerin keşfedildiği antik yaşamın izlerine sahip bir bölgedir. Ayrıca Kayseri'de toplam 6 adet müze bulunmaktadır. Müzeler şehirlerin tarihine tanıklık etmemizde yardımcı olan belgeleri, tarihi eserleri ve ürünleri barındıran alanlardır. Kayseri'de faaliyet gösteren müzeler; Ahi Evran Esnaf ve Sanatkarlar Müzesi,

Selçuklu Uygarlığı Müzesi, Kent ve Mimar Sinan Müzesi, Millî Mücadele Müzesi, Arkeoloji Müzesi ve Kayseri Etnografya Müzesi'dir (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, t.y.e). Kayseri ayrıca geçmişinde birçok dine mensup insanlara ev sahipliği yapmıştır. Bu sebeple Kayseri'de Seyyid Burhaneddin Türbesi, Zeynel Abidin Türbesi gibi İslamiyet döneminde yapılan eserlerin yanında şehirde yaşayan Ermeniler tarafından inşa edilen Surp Krikor Lusavoriç Ermeni Kilisesi hala faaliyet göstermektedir (Surp Krikor Lusavoriç Ermeni Kilisesi Derneği, t.y). Kayseri'de yaşayan Rumlar tarafından da Talas Rum Kilisesi inşa edilmiştir. Şehirde Hristiyanlığın yaygın olduğu Roma ve Bizans imparatorlukları döneminden kalan Karabaş, Yılanlı, Kubbeli, Saklı, Geyikli, Tokalı, Ballık ve Tahtalı kiliseleri de ziyarete açık tarihi yapılar arasında yer almaktadırlar (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, t.y.b). Kayseri tarih boyunca ticaret merkezi olarak anılmıştır. Bugün şehirde Selçuklular ve Osmanlılar döneminden kalan birçok kervansaray yer almaktadır. Sultanhanı, Kara Mustafa Paşa ve Karatay kervansarayları bazılarıdır. Ayrıca şehir merkezinde yer alan Tarihi Kayseri Kapalı Çarşısı da Kayseri'nin ticari dokusunu tarihle sentezleyen bir yapıdır. Kayseri doğa turizmi düşkünleri için de Kapuzbaşı Şelaleleri, Soğanlı Vadisi, Koramaz Vadisi, Hürmetçi Sazlığı gibi farklı alternatifleri sunmaktadır. Kayseri'de turizm çeşitlerinden kış turizmi öne çıkmaktadır. Kayseri'nin turizmden sağladığı gelir ve faydanın büyük bir bölümünü kış turizmi oluşturmaktadır (Özçoban, 2019). Şehirde yer alan Erciyes Dağı'nda uygulanan kış turizmi faaliyetleri ve standartları oldukça gelişmiştir. Kayseri'de yamaç paraşütü Ali Dağ'ı eteklerinde gerçekleştirilmektedir (Kayseri Valiliği, t.y.a). Kayseri İl Kültür ve Turizm müdürlüğü sitesinde yer alan istatistiksel verilerde pandemi sürecinden önceki verilere göre 2019 senesinin ilk 9 ayında Kayseri'yi 316.996 adet yerli, 114. 192 adet yabancı turist olmak üzere toplam 431.188 turist ziyaret etmiştir. 2021 senesinde ise Kayseri toplam 598.789 yerli ve yabancı turiste ev sahipliği yapmıştır (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü,t.y.a.). Kayseri'de birçok alternatif turizm çeşidi uygulanmaktadır. Bu turizm çeşitleri;

- Akarsu- Rafting Turizmi
- Dağcılık
- Doğa Turizmi
- Kış Turizmi
- Kuş Gözlemciliği
- İnanç Turizmi
- Hava Sporları
- Kamp ve Karavan Turizmi
- Kültür ve Tarih Turizmi
- Gastronomi Turizmi

4.2.1. Kayseri’de Akarsu ve Rafting Turizmi

Kayseri’de rafting sporu için tercih edilen destinasyon Zamantı Irmağı’dır. Fakat zaman içerisinde ırmağın su debisinin azalması rafting için uygun olmamasına neden olmuştur. Bu sebeple başka su sporları etkinlikleri Yamula Barajı ve çevresinde gerçekleştirilmeye başlamıştır. Yelken, sörf ve kano için uygun olan Yamula Barajı ve çevresinde ayrıca bisiklet rotaları da bulunmaktadır. Ayrıca Kayseri’den geçmekte olan Kızılırmak’ta seyahat acenteleri tarafından 3 günlük kano ve safari turları düzenlenmektedir (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, t.y.a).

4.2.2. Kayseri’de Dağcılık Turizmi

Kayseri coğrafyasında birçok dağ bulunmaktadır. Bu faktörde şehirde dağcılık sporlarının gelişmesinde ana faktördür. Aladağlar Milli Parkı, Soğanlı Vadisi ve Erciyes Dağı çeşitli dağcılık turizmi etkinliklerine ev sahipliği yapmaktadır. Kayseri ve ülke genelinde dağcılık ve trekking kulüpleri tarafından tercih edilen bu bölgeler profesyonel dağcılar tarafından da tercih edilmektedir. Kayseri Büyük Şehir Belediyesi tarafından yürüyüş rotaları oluşturulmuştur. Zirve tırmanışları için 3766 metre yükseklik ile Kızılkaya ve 3756 metre yükseklikle Demirkazık rotaları uygundur (Yiğitbaşoğlu ve Kocakuşak, 1993).

4.2.3. Kayseri’de Doğa Turizmi

Kayseri’de yer alan zengin doğal kaynaklar bölgenin doğa turizmi potansiyelini arttırmaktadır. Kayseri’de doğa turizmi açısından öne çıkan destinasyonlardan bazıları listelenmiştir:

- **Sultan Sazlığı (Kuş Cenneti)**

Sultan Sazlığı, Kızılırmak’ın yukarı bölümünde yer almaktadır. Develi Ovası içerisinde yer alan Sultan Sazlığı, Develi, Yahyalı ve Yeşilhisar ilçelerinin sınırları arasındadır. Develi Ovası’nda yer alan Yay Gölü ve çevresindeki sazlık, bataklık alanlara Sultan Sazlığı ismi verilmiştir (Özesmi vd., 1993.). Sazlıkta gerçekleştirilen araştırmalarda 73 familyaya ait 428 adet tür saptanmıştır. Bu türlerin de 48 tanesi Türkiye’ye ait endemik türlerdir (Aksoy, 2004). Sultan Sazlığı’nda yaşayan bazı hayvan türleri ördekler, kazlar, flamingolar ve çeşitli kuş türleridir. Ayrıca Afrika ve Avrupa Kıtaları arasında kuşların iki ana göç yoluna da ev sahipliği yapması Sultan Sazlığı’nın önemini arttırmaktadır (Sönmez ve Somuncu, 2016). Önemi nedeniyle 1971 senesinde Sultan Sazlığı’nda, Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından Su Kuşları Koruma ve Üreme Sahası, olarak koruma ve geliştirme çalışmalarına başlanmıştır. 1993 senesinden itibaren, Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu tarafından birinci derece doğal sit alanıdır (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, t.y.b).

- **Kapuzbaşı Şelaleleri**

Türkiye’de yer alan şelaleler içerisinde debisi en yüksek şelaleler Kapuzbaşı Takım Şelaleleridir. Şelalelerdeki suyun debisi 2500 litredir ve bahar aylarında bu rakam artmaktadır (Aklıbaşında vd., 2012). Kayseri’de Yahyalı ilçesinde yer alan Kapuzbaşı Şelaleleri, 7 adet şelaleden oluşmaktadır. Kapuzbaşı Şelalelerinde gerçekleştirilen trekking rotası, Niğde Çamardı ve Ulupınar rotalarından başlayarak şelalede son bulur. Kayseri’den başlayan rota ise Erciyes, Develi ve Yahyalı lokasyonlarıyla 148 kilometredir. Orman ve Su İşleri Müdürlüğü tarafından gerçekleştirilen çevre düzenlemeleriyle alan

turizm açısından daha elverişli bir hale getirilmiştir (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, t.y.c).

Şekil 4. Kapuzbaşı Şelalesi



4.2.4. Kayseri’de Kış Turizmi

Kış turizmi yüksek bir bölgede yer alan, kar yağışının aktif olduğu destinasyonlarda gerçekleştirilir. Kış turizmi kendine özgü sportif aktivitelerle çeşitlendirilmiş, belli başlı kurallara sahip bireysel ya da takım sporlarına sahiptir (Albayrak, 2013). Pazarlama anlayışı ve hizmet standartları açısından da diğer turizm çeşitlerinden farklı özelliklere sahiptir. Bu özelliğiyle kış turizmi özel ve önemli bir turizm türüdür. Genellikle kış sezonunda 4 aylık bir süreçte tercih edilen ve soğuk havanın kasvetli ortamından uzaklaşarak adrenalin ve eğlenceye dönüştüğü kış turizmi küresel turizm pazarında kendine özel bir yer edinmiştir (Altaş vd., 2015). Türkiye Turizm Stratejisi 2023, Eylem Planı 2007-2013 isimli raporda, Kış Turizmi Master Planı hazırlanmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı Turizm Stratejileri, 2007). Raporda turizm türlerinin çeşitlendirilmesi

ve turizmden sağlanan faydaların tüm yıla yayılım göstermesi amacıyla turizmin çeşitlendirilmesi maddesinde kış turizminin önemi belirtilmiştir. Türkiye'ye 2010 senesi ocak ayında gelen turist sayısı 809.974'dir. Bu sayı 2015 senesi ocak ayında 1.250.941 sayısı ile artış göstermiştir. 2020 senesinde yaşanan küresel Covid- 19 pandemisi öncesi verilerde de artarak 1.787.435 rakamına ulaşmıştır. Kış aylarında Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin sürekli artış gösterdiği gözlenmektedir (TURSAB, 2020). 2018 senesinde dünya genelinde kış turisti sayısı 120 milyon kişi geçmiştir (Vanat, 2018). Londra merkezli araştırma şirketi Globotrender tarafından gerçekleştirilen araştırmada kış turizmine rağbetin arttığını belirtmiştir (TURSAB,2020).

Türkiye'de kış turizminin gerçekleştirildiği 9 önemli destinasyon sitede şu şekildedir: Palandöken, Erciyes, Ovit, Uludağ, Kartalkaya, Sarıkamış, Kartepe, Saklıkent, Davraz. Kayseri il sınırları içerisinde yer alan Erciyes Dağı 3.916 metre yüksekliğe sahiptir. Bu özelliğiyle İç Anadolu'nun en yüksek zirvesidir (Go Türkiye, 2022). Erciyes Kış Sporları Turizm Merkezi; 19 Nisan 1989 tarih ve 20144 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan 23 Mart 1989 tarih ve 89/13900 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile uluslararası kayak merkezi olarak ilan edilmiştir (Resmî Gazete, 1989). Erciyes Dağı'nda gerçekleştirilen kış turizmi faaliyetlerinin dünyadaki diğer destinasyonlarla rekabet edebilecek seviyeye gelmesi amacıyla 2010 senesinden sonra daha büyük ilerlemeler kaydedilmiştir. Türkiye'de ilk defa bir dağın mülkiyeti şehrin Belediyesine geçmiştir. Kayseri Erciyes A.Ş. tesisten sorumlu kurumdur. 1989' dan bugüne kadar geçen zamanda Erciyes Kayak Merkezine yaklaşık 300 milyon Euro tutarında yatırım yapılmıştır (Özçoban, 2019). Erciyes Kayak Merkezi, yapılan denetimler neticesinde Türkiye'de TS EN ISO 9001:2015 Kalite Yönetim Sistemi Belgesi'ni hak eden ilk ve tek kayak merkezidir. TSE'nin uluslararası belgelendirme ağı IQNet üyeliği sayesinde söz konusu belgenin 36 ülkede geçerliliği bulunmaktadır (Türk Standartları Enstitüsü, 2015). Ayrıca Erciyes Kayak Merkezi, pistlerinde aldığı güvenlik önlemleri ve kask takma zorunluluğu ile turist güvenliği açısından da Türkiye'nin en güvenli kayak merkezi olma özelliğine sahiptir. Çünkü kış sporlarına ait faaliyetlerde profesyoneller kadar amatör katılımcılarda

yer almaktadır. Önlemler kış sporlarına dair yaralanmaların düzeyinin ve sayısının arttırılması açısından önemli bir adımdır (Karamustafa, Güllü ve Acar, 2016). Ayrıca Erciyes Kayak Merkezi pandemi sürecinde aldığı tedbirlerle ve gerçekleştirdiği uygulamalarla 195 senedir faaliyet gösteren uluslararası Bureau Veritas isimli kuruluş tarafından güvenli kayak merkezi sertifikasını da almıştır. Erciyes Kayak Merkezi dünyada bu belgeyi almaya hak kazanan ilk ve tek kayak merkezidir. Yaşanan pandemi süreci içinde Erciyes Kayak Merkezi, turistlerin güven açısından kuşku duymadan tercih edecekleri bir destinasyondur (Kayseri Büyükşehir Belediyesi, 2020).

Şekil 5. Erciyes Dağı



Kaynak: Türkiye Kültür Portalı, t.y.b.

Erciyes Kayak Merkezi, Uluslararası Kayak Federasyonu tarafından düzenlenen 2018 Snowboard Dünya Kupasına ev sahipliği yapmıştır. Ayrıca 2010 senesinden itibaren düzenlenen Uluslararası Engelsiz Erciyes etkinliği ile paralimpik sporları gerçekleştirilmektedir. Uluslararası Engelsiz Erciyes etkinliği de Türkiye için taşıdığı özellikleriyle bir ilktir. Erciyes Kayak Merkezi, Jump and Freeze ve Koç Sport Fest'e de

ev sahipliği yapmıştır (Kayseri Büyükşehir Belediyesi, t.y.). 2019 senesinde Özçoban tarafından gerçekleştirilen Türkiye’de Kış Turizmi ve Erciyes Kayak Merkezi Üzerine Bir Değerlendirme başlıklı araştırmada tesisin ve kış turizminin mevcut durumu ile ilgili:

- 2005 senesinden itibaren saha incelemeleri, yurtdışındaki kayak merkezlerinin analizi ve hedeflenen amaçlar için uygulanan çalışmaların Erciyes Kayak Merkezini turistik bir destinasyon haline getirmiştir.
- Araştırma kapsamında yapılan saha gözleminde araştırmacı, Erciyes Kayak Merkezinin, kış turizminin pazarlanmasının başarılı olduğunu belirtmiştir.
- Erciyes Kayak Merkezi ve çevresine yapılan yatırımların tam kapasite faaliyete geçmesi, konaklama, yeme-içme tesislerinin sayısının artması ve bu tesislerin tanıtımının başarılı olduğu bildirilmiştir.
- Yurtdışındaki tanıtım kampanyalarını Kayseri Valiliği ve Kayseri Erciyes A.Ş yürütmektedir. Kış turizmine katılımın sağlanması ve profesyonel sporcuların ziyareti için uluslararası organizasyonlarla bağlantıları gerçekleştirdiği belirtilmiştir.
- Turizm sektöründe ölü sezon olarak adlandırılan kış aylarında sürdürülebilir yeni turizm trendleriyle birlikte turizmin canlandırılmasında kış turizmi önemli bir rol oynamaktadır. Erciyes Dağı’nda gerçekleştirilen kış turizmine dair faaliyetlerde bu konu için verilebilecek başarılı örneklerden bir tanesidir.
- Erciyes Kayak Merkezinde özellikle 10 yıldır gerçekleştirilen çalışmaların turist sayısının artışına ve Kayseri’nin tanıtımına katkı sağladığını belirtmiştir.
- Araştırmada tespit edilen bir diğer önemli noktada Erciyes Kayak Merkezi’nin başarısındaki önemli faktörlerden birisinin tek elden yönetime sahip olması olduğudur. Bu özelliği Erciyes Kayak Merkezinde gerçekleştirilecek plan ve projelerin daha hızlı hayata geçirilmesine olanak sağlamaktadır. Çünkü Türkiye’de faaliyet gösteren diğer kayak merkezlerinin yönetimi incelendiğinde birçok kurum ve şirketin yetkiye sahip olduğunu görmekteyiz.
- Erciyes Kayak Merkezinin faaliyetleri, yönetimi, projeleri, pazarlama stratejileri ve tanıtım çalışmalarının emsallerine örnek teşkil ettiği de belirtilmiştir.

- Ekonomik açıdan da sağladığı faydalarıyla şehre ve halkına katkısı oldukça büyüktür.

Erciyes Kayak Merkezinin, 2019 senesinde gerçekleştirilen bu çalışmanın sonuçlarından da yola çıkarak kış turizmi açısından gelişmiş ve gelişmeye devam eden önemli bir destinasyon olduğu açıktır.

4.2.5. Hava Sporları

- **Yamaç Paraşütü**

Talas ilçesinde yer alan Ali Dağı yamaç paraşütü için uygun bir araziye ve yapıya sahiptir. Ali Dağı'nın doruk noktasına çıkmak zor değildir ve yarışlar için uygun hava akımına sahiptir. Ali Dağı bu özellikleriyle yamaç paraşütünde uluslararası bir merkezdir (Yağmahan, 2018). Ali Dağı'nda 2000 yıllarında başlayan yamaç paraşütü faaliyetleri sebebiyle çevresi hızlı bir gelişme yaşamıştır. Yaşadığı bu gelişmelerle birlikte Ali Dağı'nda 2004 senesinden itibaren ulusal ve uluslararası yarışmalar düzenlenmektedir. Türkiye'de yamaç paraşütünün en çok gerçekleştirildiği Muğla ve çevresinden sonra en çok uçuşun gerçekleştirildiği dağ Ali Dağı'dır (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, t.y.d).

4.2.6. İnanç Turizmi

- **Seyyid Burhaneddin Türbesi**

Seyyid Burhaneddin Türbesi Kayseri şehir merkezinde yer almaktadır. Kayseri halkı ve Kayseri'ye gelen ziyaretçiler tarafından en çok ziyaret edilen türbelerden birisidir. Seyyid Burhaneddin Türbesi sınırları içerisinde mezarlıkta yer almaktadır. Bu mezarlıklar Anadolu Selçuklu Devleti'nden günümüze kadar ulaşan eserler arasındadır. İyi korunan yapısı ve çevre düzenlemeleriyle günümüzde ziyarete açıktır. Anadolu'nun en eski mezarlıklarından birisi olan Seyyid Burhaneddin Türbesi ve mezarlığının 13. Yüzyıldan itibaren kullanıldığı düşünülmektedir (Sağiroğlu-Arslan, 2018).

- **Surp Krikor Lusavoriç Ermeni Kilisesi**

Kilisenin resmî sitesinde yer alan bilgilerde kilisenin varlığına dair bilgilerin en eskisinin 1191 senesine ait olduğu belirtilmiştir. Kayseri ve Anadolu’da bilinen en eski ve hala faaliyet gösteren Ermeni Ortodoks kilisesidir. Kilise, Kayseri’de yaşayan Ermeni halk tarafından 1885 senesinde onarılmıştır. 1996’dan önce kapalı olan kilise bu tarihte tekrar restore edilmiştir ve hizmet vermeye devam etmektedir (Surp Krikor Lusavoriç Ermeni Kilisesi Derneği, t.y).

4.2.7. Kültür ve Tarih Turizmi

- **Gevher Nesibe Hatun Tıp Tarihi Müzesi**

Anadolu’nun ilk şifahanesi olan Gevher Nesibe Hatun Darüşşifası 1205-1206 yıllarında inşa edilmiştir. I. Gıyaseddin Keyhüsrev tarafından kız kardeşi Gevher Nesibe Sultan adına yapılmıştır (Yağmahan, 2018). Gevher Nesibe Hatun Darüşşifası zamanında devlete bağlı olarak hizmet veren bir hastane ve tıp okuluydu. Bu yönüyle Gevher Nesibe Darüşşifası, Dünya’da bir ilktir (Dündar, Emekli ve Şener, 2013, s. 86). Şifahane günümüzde Kayseri merkezde yer almaktadır ve bir müze olarak faaliyet göstermektedir.

- **Kayseri Kalesi**

Kayseri kent merkezinde yer alan Kayseri Kalesi de Romalılardan kalan bir eserdir. Mimarisiyle tipik Orta Çağ kalesidir. Kale günümüzdeki halini Anadolu Selçuklu Devleti Sultanı 1. Alaeddin Keykubat döneminde almıştır. Ardından kale birkaç kez onarılmıştır (Narin, 1997, s. 56-58). Bugün iç kale olarak adlandırılan kısım restore edilmiştir ve içerisinde bir müze, birçok restoran yer almaktadır.

Şekil 6. Kayseri Kalesi



Kaynak: Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, t.y.a.

- **Soğanlı Vadisi**

Soğanlı Vadisi tarihi mirası ve doğal güzellikleri ile Kayseri'nin önemli turizm merkezlerinden birisidir. Soğanlı Köyü'nde kaya kiliseleri ve mağaralar bulunmaktadır. Eskiden vadide yaklaşık 200 adet kilisenin bulunduğu tahmin edilmektedir. Yaklaşık 50 kilise ise günümüze kadar ayakta kalmıştır. Fresklerle bezenen kiliseleri ve insanların bir zamanlar yaşadığı, sığındığı mağaraları görmek için günümüzde bölge ziyarete açıktır. Fakat Yeşilhisar Belediyesi ile gerçekleştirilen görüşmede bölgenin restore edildiği ve balon turizminin de arasında yer alacağı yeni turizm faaliyetleri için düzenlendiği belirtilmiştir (Yeşilhisar Belediyesi, t.y).

Şekil 7. Soğanlı Vadisi



- **Kultepe (Kaniş-Karum) Turu**

Kaniş- Karum, günümüzde Kayseri merkeze yaklaşık 20 kilometre uzaklıktadır. Kültepe olarak adlandırılan bölge geçmişte Asurlular tarafından kurulan ticaret kolonilerinin faaliyetleri öne çıkan bir ticaret merkeziydi. Bölgede gerçekleştirilen arkeolojik çalışmalarda Anadolu tarihini aydınlatan tabletler keşfedilmiştir. Günümüzde keşfedilen kil tabletlerin bir kısmı Kayseri Arkeoloji Müzesi'ndedir (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, t.y.a).

- **Yeraltı Şehirleri**

Eski çağlarda barınma ve korunma amacıyla insanlar kayaları şekillendirerek yer altı şehirleri kurmuşlardır. Kapadokya Bölgesi'nin coğrafi yapısı yeraltı şehirlerinin oluşturulmasında temel faktördür. Kayseri'de yer alan yer altı şehirlerinin nitelikleri Nevşehir'deki örneklerinden farklılıklar göstermektedir. Örneğin Kayseri'deki yeraltı şehirleri yapısal olarak daha küçüktür. Bu da bölgede yaşayan insanların yeraltı şehirlerini kısa süreli kullandıklarının kanıtıdır. Diğer fark ise Kayseri'de yeraltı şehirlerinin büyük kısmı jeomorfolojik yapısı sebebiyle duvarlara kazılmıştır ve vadilere açılmaktadırlar

(Timur ve Kevseroğlu, 2022). Kayseri Büyükşehir Belediyesi, Çekül Vakfı ve Obruk Mağara Araştırmaları Grubu'nun ortak yürüttüğü yeraltı şehirleri araştırmaları hala devam etmektedir. Kayseri Büyükşehir Belediyesi Yeraltı Şehirleri Envanterinde (2017) yer alan ve bugüne kadar keşfedilen 20 civarında Kaya yerleşimi ve yeraltı şehri bulunmaktadır. Fakat günümüzde Talas'ta bulunan Ali Dağı ve Melikgazi ilçesinde bulunan Ağırnas yeraltı şehirleri ziyarete uygun bölgelerdir.

4.3. Kayseri'nin Turizm Potansiyeli

Kayseri'nin coğrafi koşulları, yer şekilleri, tarihi yapıları ve doğal kaynakları ile turizm için uygun alt yapıyı oluşturmaktadır. Bir önceki bölümde anlatılan turizm çeşitleri Kayseri'nin turizm unsurlarını oluşturmaktadır. Çeşitli turizm çeşitlerinin uygulanabilmesi Kayseri'nin turizm potansiyeli üzerinde ve turizmin gelişiminde olumlu bir etkiye sahiptir. Kayseri'nin alt yapı koşulları, ulaşım koşulları, şehrin tanıtımına yönelik hazırlanan web siteleri, konaklama şartları, yeme-içme açısından kaliteli restoranlar, güvenli bir şehir olması ve halkın genel tutumu da turizm açısından şehrin tercih edilmesinde önemli kriterlerdir (Karamustafa, vd., 2010). Bir turistin seyahati süresince ihtiyaç duyacağı imkanlar açısından Kayseri'nin standartları yüksek bir şehir olduğunu söylememiz mümkündür.

Kayseri'de ulaşım alt yapısı iyidir. Kayseri'de trafik yoğunluğu azdır. Çevre ilçelere ve yakın şehirlere ulaşım süresi kısadır. Şehir içi ulaşım, özel halk ve belediye otobüsleri, ticari taksiler, tramvay kullanılmaktadır. Ayrıca kentte bisiklet yolları ve bisiklet noktaları ile de ulaşım sağlanmaktadır. Şehirlerarası ulaşım ise otobüs, uçak ve tren gibi seçenekler bulunmaktadır (Güçer, Hassan ve Pelit, 2013). Araç kiralama da ulaşım da farklı bir alternatiftir. Kayseri'nin yaşam standartlarını ve yaşayan halkının memnuniyet düzeyini ölçmek amacıyla yapılan birçok araştırma bulunmaktadır. Literatür incelendiği zaman 2010 senesinde Karamustafa, Güllü ve Acar tarafından "Kayseri'nin Pazarlanabilirliğinin Şehir Yaşam Kalitesi Açısından Önem-Başarım Analizi ile Değerlendirilmesi" başlıklı araştırma sonuçlarına göre; Kayseri halkı şehrin güvenli bir

şehir olduğunu, Türkiye standartlarına göre yaşam kalitesi yüksek ve şehirde yaşamaktan memnun oldukları sonuçlarına ulaşmışlardır. İlgili anket çalışmasına katılan bireylerin neredeyse yarısı lisans eğitimi almış kişilerden oluşmuştur. Ayrıca yine katılımcıların %50'sinden fazlası en az 5 yıl başka bir şehirde yaşamışlardır. Bu parametrede başka şehirler kapsamına yurtdışında yer alan şehirlerde girmektedir. Bu açılardan bakarsak değerlendirme sonuçlarına göre Kayseri'nin turizm açısından ev sahipliği yapmaya uygun bir kent olduğunu söylememiz mümkündür.

Kayseri ilinin tanıtımında yerel yönetim tarafından oluşturulan web siteleri önemli rol oynamaktadır. Bu önem sebebiyle literatürde yer alan bazı çalışmalarda web sitelerinin daha etkin kullanılması gerektiği ve yerel yönetimin bu konuda yetersiz kaldığı yer almaktadır. Güçer, Hassan ve Pelit (2013) tarafından Türkiye'de turist ağırlama sayılarına ve gelirlerine göre oluşturulmuş araştırma evreninde 16 şehir belirlenmiştir. Kayseri TÜİK (2012) sitesinde yer alan verilerden oluşturulan tabloda Türkiye'de en çok ziyaret edilen 16. ildir. Turizm tanıtımında ve pazarlanmasında yerel yönetimler tarafından oluşturulan web siteleri üzerine gerçekleştirilen çalışmada; Büyükşehir belediyelerin hemen hemen hepsi tarafından sosyal medyanın etkin kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Web sitelerinin ise daha çok yerli turistlere hitap ettiğini ve Türkçe dışında alternatif dil seçeneklerinin de geliştirilmesi gerektiği belirtilmiştir.

Turizmin bir bölgede uygulanmasında yerel halkın tutumları ve yaklaşımları önem taşımaktadır. Kayseri halkının turizme karşı tutum ve düşüncelerini araştırmak amacıyla Şanlıoğlu ve Erdem tarafından (2017) gerçekleştirilen çalışmada Kayseri halkının büyük bir çoğunluğu turizmi desteklemektedir. Bu sonuçtan yola çıkarak Kayseri halkının misafirperver ve gelişmelere açık bir yapıya sahip olduğu söylenebilir.

Kayseri sağlık hizmetlerinin gelişmiş olduğu bir şehirdir. Kayseri'de faaliyet gösteren 13 adet özel hastane, Erciyes Üniversitesi'ne bağlı bir adet tıp fakültesi hastanesi, ayrıca devlet hastanesi, şehir hastanesi ve 95 adet aile sağlığı merkezi bulunmaktadır (Kayseri Valiliği, t.y.c.). Kayseri Şehir Hastanesi 2019 senesinde sağlık bakanlığı

tarafından Sağlık Turizmi Yetki Belgesi almıştır (Kayseri Şehir Hastanesi, 2019). Ayrıca Kayseri’de bulunan Çiftgöz, Tekgöz, Bayramhacı kaplıcaları ile termal ve sağlık turizmi açısından şehrin potansiyelini oluşturan unsurlardır.

Kayseri’de Kültür ve Turizm Bakanlığı’nda belgeli;

- 97 adet seyahat acentesi
- 1.100 kişi kapasiteli toplam 4 adet restoran işletmesi,
- 27 adet turizm işletme belgesine sahip otel faaliyet göstermektedir (Kayseri Valiliği,t.y.a).

UNESCO 1985 senesinde Kayseri’nin de içinde bulunduğu Kapadokya Bölgesi’ni Dünya Doğal ve Kültürel Miras Listesine almıştır. Bölgede 1956 senesinde Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından Nevşehir ve Kayseri Bölge Koruma Kurulları oluşturmuştur. Koruma kurullarının temel görevi bölgede UNESCO tarafından listeye kabul edilen eserleri korumaktır (Tuncel, 1998, s. 19). Ayrıca tüm Türkiye genelinde yürütülen 2023 Türkiye Turizm Stratejisi kapsamında şehirlerin sahip oldukları kültürel, tarihi, doğal ve coğrafi değerler markalaştırılarak destinasyon çekiciliğinde ön planda olabilmeleri için çalışmalar yürütülmektedir (Türkiye Turizm Stratejisi, 2007).

4.4. Kayseri’nin Mutfak Kültürü ve Yöresel Lezzetleri

Kayseri mutfağı, geleneksel Anadolu mutfağını yansıtmaktadır. Kayseri zengin bir mutfak kültürüne sahiptir. Kayseri’nin zengin bir mutfak mirasına sahip olmasında en büyük etkenlerden biriside ev sahipliği yaptığı devletlerdir. Kayseri mutfağını oluşturan temel unsurlar bölgenin tarım ürünleri, hayvancılık, bağcılık ve ev sahipliği yaptığı devletlerin mutfak anlayışlarıdır. Kayseri mutfağında yer alan yemeklerin ana malzemelerini et ve un oluşturmaktadır (Budak, Şahin, Çiçek ve Yılmaz, 2004). Çünkü bölgede en çok üretilen tarım ürünü buğdaydır. Ayrıca büyükbaş ve küçükbaş hayvanlar yetiştirilmektedir. Anadolu tarihini aydınlatan Kaniş-Karum’da keşfedilen tabletlerde dönemin mutfak kültürüyle ilgili bazı bilgilerde yer almaktadır (Akın ve Balıkçı, 2018).

Kanış'te gerçekleştirilen kazılarda Hititlilere ait olduğu düşünülen bulgur, buğday gibi ürünler küpler içerisinde bulunmuştur. Ayrıca tabletler arasında bulunan bir borç belgesinde arpa buğday gibi maddelerin borç karşılığında borç sahibine verildiğinden bahsedilmiştir (Erol, 2018, s. 200-201). Bu örnek söz konusu ürünlerin Hititliler dönemindeki değerini kanıtlamaktadır. Arpa, buğday ve bulgur bugünde Türk mutfağında önemli bir yere sahiptir. Bulgur Anadolu coğrafyasının Türk mutfağına kazandırdığı bir üründür. Çünkü Orta Asya Türk toplumlarının mutfak kültürü incelendiğinde bulgurun kullanılmaması bulgurun Hititlilerden beri Anadolu'da yetiştirilen bir ürün olduğunu göstermektedir. Arkeologlar tarafından çözümlenen tabletlerde bulgur olabileceği düşünülen bir kelimeye rastlanmıştır. Anadolu'dan dünyaya yayıldığı düşünülen bulguru Türkler Anadolu'dan, Balkanlara taşımıştır (Akkor, 2019, s. 31). Bu örnekler bize Kayseri mutfağının dünyanın yaşayan en eski mutfaklarından birisi olduğunu kanıtlamaktadır. Kayseri mutfağının en bilinen ürünleri, pastırma, sucuk ve mantıdır. Manti kelimesinin eski Türkçe ya da Moğolca bir kelimenin Çince de aldığı son hali olduğu tahmin edilmektedir (Güldemir, 2014). Birbiriyle savaşlar, göçler ve sınır komşuluklarıyla kültür alışverişi yapan her millet gibi Çin ve Türk kültürleri birbirini etkilemiş ve etkilenmiştir. Çin'de Türk etkisinin yoğun olduğu 800'lü yıllarda Japon bir rahibin mantıdan bahsedildiği kayıt edilmiştir (Algar, 1991; Güldemir, 2014; Belge, 2016). Türk kaynaklarında ise ilk mantı tarifine 15. Yüzyılda Muhammed bin Mahmûd Şirvânî'nin eserinde rastlanmıştır. Osmanlı saray mutfağında da oldukça fazla tüketilen bir yemektir. Örneğin Fatih Sultan Mehmed'in sabahları mantı yediğine dair bazı bilgiler yer almaktadır (Aktaran: Argunşah ve Çakır, 2005, s. 243). İpek Yolu üzerinde yer alan Kayseri'ye uzanan mantı oldukça beğenilerek bugün şehirle özdeşleşmiştir. Orta Asya Türk mutfağına ait olduğu tahmin edilen mantının günümüzde halen tüketilen bir yemek olması Türk toplumunun kültürüne bağlılığının bir örneğidir. Çin'den Anadolu'ya kadar gelen İpek Yolu'nun üzerinden geçtiği geniş coğrafya içerisinde tüketilen mantı farklı ülkelerde farklı isimlerle adlandırılmıştır (Algar, 1991).

Şekil 8. Kayseri Tepsi Mantısı



Kaynak: Orijinal, 2018

Kayseri'ye özgün bir diğer ürün ise pastırmadır. Pastırma, sığır etinin belirli işlemlerden geçirildikten sonra çemen ile kaplanması ile oluşan özel kurutma ve renk aldırma işlemlerinden geçirilen bir et ürünüdür. Kayseri ilinin ikliminde, rüzgârın etkisiyle kurutularak yenmeye hazır hale gelir. Pastırmada, mantı gibi Orta Asya Türkleri tarafından keşfedilen bir lezzettir. Türklerin Anadolu'ya ve Avrupa'ya yaptıkları göçlerle bölgede yayılmıştır. Romalı Ammianus tarafından M.S 273-275 yılında yazılan bir eserde, Hun Türklerinin at üzerinde kendilerinin yaptığı pastırmayı yediklerinden bahsetmiştir (Ahmetbeyoğlu, 2001, s. 164). Ayrıca bugün Macaristan'da yer alan müzelerde Hunlara ait at eyerlerinin yapısı Amianus'un eserinde verdiği bilgiyi doğrulamaktadır. Avrupa'ya Hunlar aracılığıyla yayılan pastırma Anadolu'ya ise Oğuz Türkleri ile gelmiştir.

Şekil 9. Kayseri Yağlaması



Kaynak: Orijinal, 2023.

Kayseri mutfağı; mantı, katmer, yağlama, gözleme, yağ mantısı, su böreği gibi hamur işleriyle ün salmış bir mutfaktır. Kayseri’ye özgü tatlılar arasında Gül Baklavası, Nevzine ve Aside tatlısı yer almaktadır. Her üçü de Kayseri’de misafir ve aile sofralarında veya özel günlerde sıklıkla hazırlanan ve tüketilen tatlılardır (Şahinbaş, 2018). Gilaburu suyu Orta Anadolu’da özellikle Kayseri ve çevresinde yıllardır geleneksel bir içecek olarak tüketilmektedir. Kayseri’ de ticari yönüyle de önem taşıyan gilaburu suyu, sağlığın korunması amacıyla oldukça sık tüketilmektedir (Sabur ve Güneş, 2023a). Sonuç olarak Kayseri; emek isteyen ve yerleşmiş kültürü ile de Anadolu’da farklı bir yeri olan zengin ve yöresel bir mutfak oluşturmuştur.

4.4.1. Kayseri Mutfağının Yöresel Yemekleri

4.4.1.1. Çorbalar

Kayseri mutfağında en çok hazırlanan ve tüketilen çorbalar yaş tarhana, düğ, börek, tennuri, kurşunaşı, arabaşı, kesme çorba / un çorbası, mantı, yarma ve ayran aşısıdır (Bakkaloğlu ve Koçoğlu, 2022).

4.4.1.2. Et ve Sebze Yemekleri

Kayseri’de yetişen sebzelerden hazırlanan sebze yemeklerinin bazılarına et ilave edilmektedir. Örneğin Kayseri’de bulunan üzüm bağlarından toplanan asma yaprakları, ayvalı tahinli yaprak sarması gibi özgün bir ürünün ana malzemesidir. Çiriş yemeği de Kayseri’ye özgü sebze yemeklerinden birisidir. Sucuk, pastırma, sızgıt, fırın ağzı, pehli, Kayseri tiridi, pöç kebabı ise Kayseri’ye ait et yemeklerinden bazılarıdır (Akkor, 2019, s. 53-58).

4.4.1.3. Hamur İşleri

Kayseri mutfağında önemli bir yere sahip olan hamur işlerinden yağlama görünümü açısından lahmacuna benzemektedir. Fakat lezzeti ve hazırlanışı farklılık gösteren yağlamanın bir diğer ismi de şebit yağlamasıdır. Kayseri de mantının birçok çeşidi hazırlanmaktadır. En bilinenleri, tepsi mantısı, mantı, yağ mantısıdır. Kayseri’ye özgü diğer hamur işleri, çemenli ekmek, ev erişttesi, kesme makarna, Develi cıvıklısı, cevizli peynirli makarna, Kayseri içli ketesi ve katmerdir (Budak vd.,2004).

4.4.1.4. Tatlılar

Kayseri’de bağlardan toplanan üzümlerden pekmez üretilmektedir. Kayseri’de şeker yerine yöresel tatlılarda sıklıkla üzüm pekmezi kullanılmaktadır. Pekmezden hazırlanan aside ve nevzine Kayseri’ye özgü tatlılardır. Düğümlü Tatlı, Yoğurt Tatlısı, Altın Kesesi, Kesme Kadayıf, Gül Baklavası yöreye özgü diğer tatlılardır (Şahinbaş, 2018).

4.4.1.5. İçecekler

Selçuklu ve Osmanlı mutfaklarında yer alan hoşaf, şerbetlerin Kayseri’de de tüketilmektedir. Kayseri’de üretilen ve tüketilen gilaburu suyu ise özgün ve tescilli bir üründür. Nohut büyüklüğünde ve şeklinde kırmızı meyveli gilaburu çalıda yetişmektedir.

Ekim ayında toplanır ve suyu sıkılarak tüketilir. Sağlığa faydalı bir içecektir (Dinç ve Aslan, 2012, s. 1).

4.5. Kayseri ve Gastronomi Turizmi

Kayseri mutfağı da önceki bölümlerde anlatıldığı üzere zengin bir mutfak kültürüne sahiptir. Kayseri mutfağının gastronomi turizmi açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Çünkü özgün mutfak kültürü, gelenekleri, tarihi birikimi, doğal kaynakları ve başka turizm alternatifleriyle turizm açısından uygun alt yapı özelliklerine sahiptir. Ankara Ticaret Odası ve Türk Patent Enstitüsü tarafından Türkiye'nin 81 ilinde yer alan yöresel yiyecek içecekler tespit edilerek Türkiye'nin Lezzet Haritası oluşturulmuştur. Lezzet Haritası kapsamında belirlenen 2205 ürününün 6 tanesi Kayseri'ye aittir (Şahin ve Ünver, 2015, s. 65). Bu çalışma gibi aynı hedefleri bulunan proje ve faaliyetler, Türkiye'de gastronomi turizminin gelişimini desteklemektedir. Kayseri şehrinin bu potansiyeli kullanmasında ve gastronomi turizmin de bir marka olabilmesi için yerel yönetimde birçok projeyi başlatmıştır. Bu projelerden birisi 2021'den beri UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı ulusal listesinde yer alan Kayseri'nin uluslararası gastronomi şehri unvanını kazanabilmesi için yürütülmektedir. Orta Anadolu Kalkınma Ajansı, Kayseri Büyükşehir Belediyesi, Kayseri İl Kültür Turizm Müdürlüğü, UNESCO Türkiye Milli Komisyonu iş birliğiyle Tarihten Kültüre Lezzetler Diyarı sloganıyla Kayseri'nin Yaratıcı Şehirler Ağına gastronomi teması ile dahil olması için çalışmalar gerçekleştirilmektedir (ORAN, 2021). Kayseri Büyükşehir Belediyesi tarafından düzenlenen GASTOKAYSERİ adı verilen gastronomi çalıştayında şehrin gastronomik mirası ve gastronomi turizmi potansiyeli değerlendirilmiştir. Kayseri'nin gastronomi turizminde marka bir şehir olabilmesi için eksikliklerinin ve mevcut durumunun tespiti gerçekleştirilmiştir. Kayseri'nin gastronomi turizmi için belirlenen yol haritası aşağıdaki gibidir (GASTROKAYSERİ, 2019):

- Kayseri'ye ait mutfak mirasının araştırılarak bir lezzet envanterinin oluşturulması,
- Kayseri'nin gastronomi unsurlarının belirlenmesi ve gastronomi rotalarının oluşturulması,

- Kayseri’ye ait gastronomik ürünleri üreten ve pazarlayan üreticilerin girişimleri desteklenmeli,
- Coğrafi işaret tescilinin gastronomi turizmine destekleri göz ardı edilemez. Bu sebeple tescil uygulamasının titizlikle sürdürülmesi ve tescillenerek markalaşan ürünlerin tanıtımı önemlidir,
- Üreticilere geleneksel üretim yöntemleri, gıda güvenliği ve hijyen konularında eğitimler ve sertifika programlarının düzenlenmesi,
- Yöresel yemeklerin aslına uygun üretilmesi konusunda özen gösterilmesi ve restoran menülerinde yer alması,
- Turizm sektörünün mevcut analizinin yapılarak eksik noktaların iyileştirilmesi,
- Yurtdışında Kayseri’nin ve mutfak kültürünün etkin tanıtımı için çalışmaların hayata geçirilmesi,
- Kayseri’nin taşıma kapasitesinin belirlenmesi gibi önemli adımların yer aldığı bu listenin hayata geçirilmesi Kayseri’nin mevcut potansiyelini kullanmasında büyük bir avantaj sağlayacaktır.

4.6. Kayseri’nin Coğrafi İşaretli Ürünleri

Türkiye’de coğrafi işaret tescili “Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname” ile 1995’ten sonra hız kazanmıştır. Bu gelişmeye paralel olarak 1997 senesinde Bünyan Halısı ve Yahyalı El Halısı Kayseri’nin tescil hakkı kazanan ilk ürünleridir. Kayseri’de Türk Patent ve Marka Kurumu (2023) sitesinde yer alan bilgilere göre 26 adet ürün tescillenerek koruma altına alınmıştır. Bu ürünlerden 18 adedi mahreç işareti kategorisinde yer alırken, 8 adedi de menşe adı altında tescillenmiştir. Kayseri Ticaret Odası 2016 senesinde Erciyes Üniversitesi Teknopark tarafından geliştirilen karekod uygulamasını tüketiciye sunmuştur. Geliştirilen uygulama aracılığıyla Kayseri’nin coğrafi işaretli ürünlerinin içeriği, üretim yeri, üretim şekli hakkında tüketiciler bilgi edinebilmektedirler (Selin, 2016).

Şekil 10. Soğanlı Bez Bebekleri



Kaynak: Orijinal, 2022.

Tablo 2. Kayseri'nin Coğrafi İşaretli Ürünleri

Ürün Adı	Tescil Tarihi	Tescil Türü
Bünyan Halısı	14.11.1997	Mahreç İşareti
Yahyalı El Halısı	14.11.1997	Mahreç İşareti
Kayseri Sucuğu	25.06.2002	Menşe Adı
Kayseri Pastırması	25.06.2002	Menşe Adı
Soğanlı Bez Bebekleri	05.01.2005	Mahreç İşareti
Kayseri Mantısı	10.06.2009	Mahreç İşareti
Develi Cıvıklısı	26.03.2009	Mahreç İşareti
Tomarza Kabak Çekirdeği	23.09.2014	Menşe Adı
Yamula Patlıcanı	25.02.2010	Menşe Adı
Bünyan Gilaburusu	22.10.2018	Menşe Adı
İncesu Karaevrek Üzümlü	26.08.2016	Menşe Adı
Cırgalan Biberi	06.10.2020	Menşe Adı
Erkilet Kedibacağı	08.10.2020	Mahreç İşareti
Özvatan Çiçek Balı	16.11.2020	Menşe Adı
Kayseri Tandır Böreği	12.07.2021	Mahreç İşareti
Kayseri Yağlaması	12.07.2021	Mahreç İşareti
Kayseri Nevzinesi	22.11.2021	Mahreç İşareti
Pınarbaşı Uzunyayla Çerkes Peyniri	14.04.2021	Menşe Adı
Akkışla Gilaburusu	12.02.2021	Menşe Adı
Kurşun Aşı Çorbası	22.11.2021	Mahreç İşareti
Kayseri Katmeri	20.08.2021	Mahreç İşareti
Kayseri Yağ Mantısı	20.01.2022	Mahreç İşareti
Kayseri Tepsi Mantısı	05.04.2022	Mahreç İşareti
Kayseri Fırın Ağzı Kebabı	06.04.2022	Mahreç İşareti
Kayseri Gül Baklavası	07.06.2022	Mahreç İşareti
Develi Gaceri	22.06.2022	Mahreç İşareti

Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu (2023), sitesinden alınan bilgilerle derlenmiştir.

Şekil 11. Bünyan Gilaburusu



Kaynak: Orijinal, 2023.

Tablo 3. Kayseri'nin Cİ Tescillini Gerçekleştiren Kurumlar

1	1996 senesinde Yahyalı El Halısı/ Yahyalı Belediyesi
2	1997 senesinde Bünyan El Halısı / Bünyan Belediyesi
3	2002 senesinde Kayseri Pastırması ve Sucuğu / Kayseri Ticaret Odası
4	2005 senesinde Soğanlı Bez Bebekleri/ Yahyalı Kaymakamlığı
5	2009 senesinde Kayseri Mantısı/ Kayseri Ticaret Odası
6	2009 senesinde Develi Cıvıklısı / Develi Belediyesi
7	2010 senesinde Yamula Patlıcanı/ S.S Yemliha Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
8	2016 senesinde İncesu Karaevrek Üzümü/ İncesu Belediyesi
9	2018 senesinde Bünyan Gilaburusu/ Bünyan Belediyesi
10	2021 senesinde Tomarza Kabak Çekirdeği/ Tomarza İlçesi Kabak Çekirdeği Üreticileri Birliği
11	2020 senesinde Erkilet Kedi Bacağı ve Cırgalan Biberi / Kocasinan Belediyesi
12	2020 senesinde Özvatan Çiçek Balı / Özvatan Kaymakamlığı
13	2021 senesinde Akkışla Gilaburusu/ Akkışla Belediyesi
14	2021 senesinde Pınarbaşı Uzunyayla Çerkes Peyniri/ Pınarbaşı Belediyesi
15	2021 senesinde Tandır Böreği, Kayseri Katmeri, Kurşun Aşı Çorbası, Kayseri Yağlaması, Nevzine / Kayseri Ticaret Odası
16	2022 senesinde Yağ Mantısı, Tepsi Mantısı, Fırın Ağzı Kebabı, Kayseri Gül Baklavası / Kayseri Ticaret Odası

*Türk Patent ve Marka Kurumu (2023) sitesinde yer alan veriler listelenmiştir.

Son olarak Kayseri Ticaret Odası, Kayseri Sucuğu, Kayseri Pastırması ve Kayseri Mantısı adına Avrupa Birliği Komisyonuna 22.05.2017 tarihinde başvuruları gerçekleştirmiştir. Ürünler Avrupa Birliği tarafından tescil hakkı kazanmaları için inceleme sürecindedirler (European Comission, 2022c).

şekil 12. Bünyan El Halısı



Kaynak: Orijinal, 2023.

BEŞİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

5.1. Araştırmanın Konusu

UNESCO Yaratıcı Şehirler ağı ile mutfak kültürü ile ön planda olan iller gastronomi şehri unvanı kazanmaktadır. Kayseri mutfağı sahip olduğu potansiyel nedeniyle 2021 senesinden itibaren ulusal listede yer almaktadır. Kayseri mutfağının sürdürülebilirliği ve gastronomi turizmi açısından tanınır hale gelmesi, yerel mutfağı oluşturan ürünlerin araştırılarak yazılı hale getirilmesi ile sağlanacaktır. Bu doğrultuda çalışmanın konusunu; Kayseri'nin sürdürülebilir gastronomi turizminin sağlanabilmesi açısından ilin sahip olduğu coğrafi işaretli ürünlerin önemi oluşturmaktadır.

5.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Kayseri ilinin sahip olduğu mevcut mutfak kültürü, Kayseri'nin gastronomi turizmi açısından büyük potansiyel taşıdığını kanıtlar niteliktedir. Kış turizminde önemli destinasyonlardan biri olan Kayseri'de turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilerek tüm yıl boyunca etkin olabilmesi için, ilin zengin mutfak kültürünü de ön plana çıkartabilecek şekilde özel ilgi turizmi kapsamında alternatiflerin geliştirilmesi gerekmektedir. Sanayi açısından gelişmiş bir şehir olmasına karşın Kayseri'de sanayi sektörünün yarattığı tahribatlar öncelikli olarak çevreyi etkilemekte, bu durum ise hem doğal hem de kültürel sürdürülebilirliği olumsuz yönde etkilemektedir. Kayseri'de gastronomi turizmi faaliyetlerinin sürdürülebilirlik ilkeleri ışığında ön plana çıkartılmasının bu tahribatları kısmen de olsa önleyeceği düşünülmektedir. Çünkü bilinçli ve sorumlu bir şekilde yürütülen gastronomi turizmi faaliyetleri destinasyonda büyük ekonomik atılımların yaşanmasına olanak sağlayabilecektir. Aynı zamanda kırsal alanlarda yaşayan halkın sanayi merkezlerine gerçekleştirecekleri göçler de engellenerek kırsalın kalkınmasına önemli bir rol oynayabilir. Kırsal bölgelerde yaşayan halkın sahip olduğu yöresel ürünler ve özgün üretim teknikleri bölgenin tanınırlığını arttırarak yerel ekonomiyi

canlandırılacaktır. Bu noktada Türkiye’de ve dünyada uygulanan coğrafi tescil uygulaması yerel üreticileri daha fazla üretime teşvik edecektir. Kayseri’de güncel olarak 26 adet ürün, coğrafi işaret ile tescillenerek koruma altına alınmıştır (TÜRKPATENT 2023). Bu ürünlerden 3 tanesinin (Kayseri Pastırması, Kayseri Sucuğu ve Kayseri Mantısı), Avrupa Birliği Komisyonuna tescil başvurusu gerçekleştirilmiştir ve tescil süreci devam etmektedir (European Comission, 2022c).

Bu noktalardan hareketle tez çalışmasında, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı, Gastronomi Şehirleri kategorisinde 2021 yılından itibaren ulusal listede yer alan Kayseri’de, sürdürülebilir gastronomi turizminin sağlanabilmesi açısından gıda kategorisinde yer alan coğrafi işaretli ürünlerin öneminin ortaya konması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda da Kayseri’nin;

- Zengin mutfak kültürünün ve gastronomi turizmi açısından mevcut durumun ortaya konması,
- Sürdürülebilir gastronomi turizminin sağlanabilmesi yönünde önerilerin belirlenmesi,
- Sürdürülebilir gastronominin sağlanmasında gıda kategorisinde yer alan ulusal/uluslararası tescilli coğrafi işaretli ürünlerin yeri ve öneminin vurgulanması ve
- Söz konusu coğrafi işaretli ürünlerin tanınırlığının sağlanması ile nitelik ve nicelik olarak artırılabilmesi yönünde önerilerin geliştirilmesi hedeflenmektedir.

Kayseri sahip olduğu köklü tarihi, kültürel birikimi, iklimsel özellikleri nedeniyle, kendisine özgün yerel lezzetlere ve üretim metotlarına sahiptir. Kayseri’nin sahip olduğu gastronomik zenginliklerin korunarak gelecek nesillere aktarılması ve üreticilere sağlayacağı faydalar açısından da coğrafi işaret tescil uygulaması önemlidir. Ülke genelinde tescillenen ürünlerin büyük çoğunluğunu gıdalar oluşturmaktadır. Bu da coğrafi işaret uygulaması ve gastronomi kavramı arasındaki ilişkiyi açıklar niteliktedir. Kayseri’ye özgün yiyecek ve içeceklerin ulusal ve uluslararası pazarda tescillenerek tanıtımının gerçekleştirilmesiyle bölgenin turistik çekiciliği arttırabileceği düşünülmektedir. Kayseri’nin turizm sektöründe var olan rekabette ön sıralarda olabilmesi

için sahip olduğu mutfak kültürünün sürdürülebilir bir eksene oturtulması gerekmektedir. Kayseri'nin sahip olduğu gastronomi turizmi potansiyelinin araştırılması, araştırmanın sonucunda gerçekleştirilecek uygulamalar, rekabet ortamında Kayseri'ye büyük avantajlar sağlayacaktır. Tüm bu nedenler doğrultusunda gerçekleştirilecek olan çalışmalar Kayseri'nin sürdürülebilir, gastronomi turizmi faaliyetlerinin oluşturulmasında etkili olacaktır. Kayseri ilinde gerçekleştirilen turizm aktivitelerinin, mevcut durumu ve potansiyelini konu edinen 9 adet lisansüstü çalışma bulunmaktadır. Bunlar:

- Erciyes Dağı'nın Turizm ve Rekreasyon Bakımından Kayseri Kenti İçin Önemi, (Işık, 2010).
- Yiyecek İçecek İşletmeleri'nde Çalışan Personelin Etik Davranışlarının Tespiti: Kayseri Örneği, (Erbaş, 2011).
- Şehir Pazarlaması ve Şehir Varlıkları: Kayseri Örneği, (Altun, 2016),
- Kış Turizmine Katılan Yerli Turistlerin Tüketici Davranışları Üzerine Bir Araştırma: Kayseri Örneği, (Apak, 2016).
- Turizm Faaliyetlerinin Yerel Halk Tarafından Nasıl Algılandığının Tespitine Yönelik Bir Çalışma: Kayseri Örneği, (Şanlıoğlu ve Erdem, 2017).
- Marka Kimliği ve Şehir Markalaşması: Kayseri Örneği, (Gülsoy, 2018).
- Kayseri'nin Kış Turizm Potansiyeli ve Tercih Edilmesindeki Sebepler: Erciyes Örneği, (Kaya, 2018).
- Perakendeci ve Ziyaretçilerin Yöresel Yiyecek Algısı: Kayseri İli Örneği, (Ateş, 2019).
- Kentlerin Pazarlanmasında Yeni Bir Araç Olarak Gastronomi: Kayseri Örneği, (Elmacıoğlu, 2019) şeklindedir.

Gerçekleştirilen literatür incelenmesinde, Kayseri'ye dair gastronomi turizmi ve coğrafi işaret uygulaması ile ilgili literatürde az sayıda çalışmaya rastlanılmıştır. Ek olarak çalışmalarda coğrafi işaret konusuna derin bir şekilde değinilmemiştir. Bu sebeple çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca turizm alanında şehrin potansiyelinin araştırılacağı bu çalışmanın turizm paydaşlarına yol gösterici olması noktasında katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

5.3. Araştırmanın Varsayımları

Araştırmada:

- a) Kayseri'nin sahip olduğu zengin mutfak kültürü nedeniyle, gastronomi turizmi açısından daha çok öne çıkan bir destinasyon olabileceği,
- b) İlin gıda kategorisinde yer alan coğrafi işaretli ürünlerinin Kayseri'de sürdürülebilir gastronomi turizminin sağlanabilmesi açısından önemli oldukları,
- c) Sahip olduğu iklim özellikleri, kültürel ve tarihsel birikimi göz önüne alındığında ulusal/uluslararası gıda kategorisinde yer alan coğrafi işaretli ürünlerinin daha fazla olabileceği ve
- d) Araştırmada çeşitli kaynaklardan ve mülakatlar neticesinde paydaşlardan elde edilecek bilgilerin gerçeği yansıtacağı varsayılmaktadır.

5.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

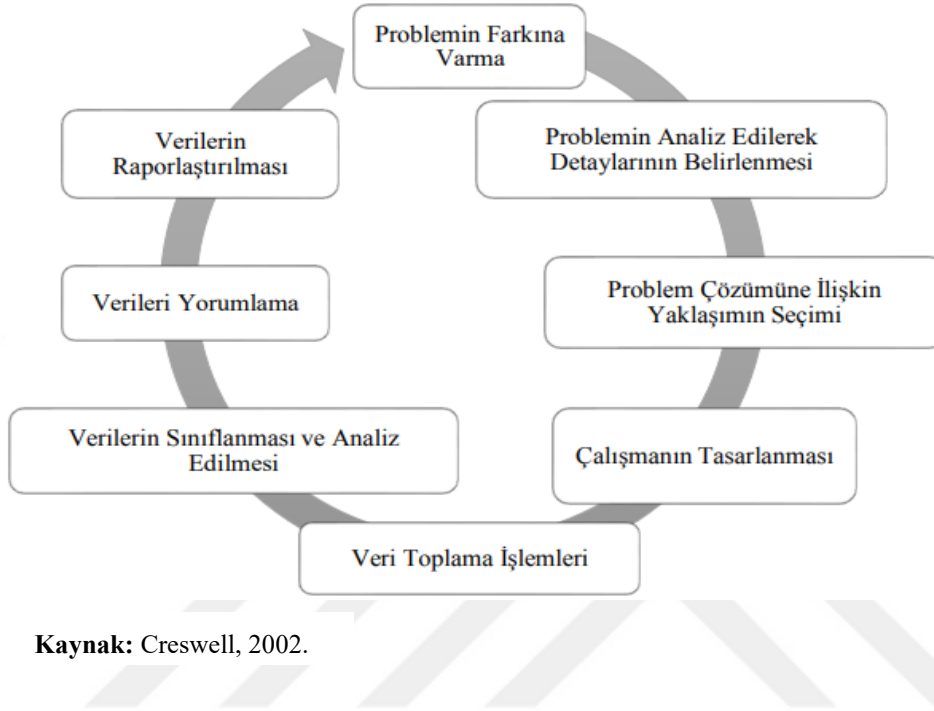
Bu tez çalışması;

- a) Kayseri'de sürdürülebilir gastronomi turizmi ve coğrafi işaretli ürünler konusunda mülakat gerçekleştirilecek paydaşların (yerel halk, kamu sektörü temsilcileri, yerel yönetim temsilcileri, sektör temsilciler, kooperatif çalışanları, akademisyenler gibi) bilgi ve deneyimleri doğrultusunda elde edilecek bulgular ile sınırlıdır.
- b) Araştırma 2022-2023 yılları arasında sınırlıdır.

5.5. Araştırmanın Yöntemi

Bu tez çalışmasında; Kayseri'nin sahip olduğu köklü mutfak kültürü, sürdürülebilir gastronomi turizmi açısından bir değere sahip olan coğrafi tescilli ürünlerin, Kayseri'nin tanıtımında oynadığı rol ve tescil hakkının sağladığı işlevlerin nasıl daha etkin kullanabileceği keşfetmek amaçlandığından, çalışma nitel araştırma desenlerinden durum (case study) desenine göre modellenmiştir. Nitel araştırma, insanın kendi sırlarını çözmek ve kendi çabasıyla biçimlendirdiği toplumsal sistemlerin derinliklerini keşfetmek üzere geliştirdiği bilgi üretme yolları olarak tanımlanmaktadır (Özdemir, 2010; Karataş, 2015). Nitel yöntemle tasarlanmış araştırmalarda ele alınan konu hakkında derin bir kavrayışa ulaşma çabası bulunmaktadır.

Şekil 13. Nitel Araştırma Süreci



5.5.1. Nitel Yöntem

Bilim tarihi incelendiği zaman toplumlar hakkında daha derin bilgileri elde etmek ve anlayabilme isteği, nitel araştırma yöntemini meydana getirmiştir. Nitel araştırma yöntemiyle birlikte bilimde genellenebilir, nesnel ve kalıplaşmış anlayış yerini daha sorgulayıcı, yorumlamaya dayalı ve problemleri var oldukları ortamlarında gözlemleyen bir anlayışa bırakmıştır. Nitel araştırma, insanın kendi sırlarını çözmek ve kendi çabasıyla biçimlendirdiği toplumsal sistemlerin derinliklerini keşfetmek üzere geliştirdiği bilgi üretme yolları olarak tanımlanmaktadır (Özdemir, 2010; Karataş, 2015). Nitel yöntemle tasarlanmış araştırmalarda ele alınan konu hakkında derin bir kavrayışa ulaşma çabası bulunmaktadır. Nitel araştırma yöntemi birçok bilim dalı için yapılan araştırmalarda kullanılan bir yöntemdir. Nitel yöntem, bireysel farklılıklara odaklanmaktadır. Ayrıca nitel yöntem bireylerin daha detaylı bir şekilde de incelenebilmesine olanak sağlamaktadır. Bu sebeple de özellikle son zamanlarda antropoloji, sosyoloji, psikoloji gibi bilimlerde

problemin daha iyi anlaşılmasına ve çözümlenmesine yardım ettiği için genellikle nitel yöntem tercih edilmektedir.

5.5.2. Araştırmanın Modeli

Bu tez çalışmasında; Kayseri'nin sahip olduğu köklü mutfak kültürü, sürdürülebilir gastronomi turizmi açısından bir değere sahip olan coğrafi tescilli ürünlerin, Kayseri'nin tanıtımında oynadığı rol ve tescil hakkının sağladığı işlevlerin nasıl daha etkin kullanabileceği keşfetmek amaçlandığından, çalışma nitel araştırma desenlerinden durum/ vaka çalışması (case study) modeline göre modellenmiştir. “Durum çalışmaları, karmaşık bir durumun geniş bir şekilde tanımlanarak ve kendi doğal ortamında bileşenlerinin belirlenerek boylamsal olarak çalışılmasına imkân sağlar” (Subaşı ve Okumuş, 2017).

5.5.2.1. Durum Çalışması (Case Study) Modeli

Durum çalışması modeli, örnek olay, vaka çalışması, olay incelesi isimleriyle de adlandırılmaktadır. Durum çalışması, araştırılmak istenen olgunun belirli bir süre boyunca gözlemlenmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Gerring, 2007). Farklı bir tanımda ise durum çalışması, bir olgunun sınırlı bir sistem içerisindeki yeri ve önemi hakkında derin bilgi toplama ve inceleme metodu şeklinde tanımlanmıştır (Miles ve Huberman, 1994). Creswell (2007) tarafından ise durum çalışması, belirlenen bir süre içerisinde araştırmacı tarafından seçilen veri toplama araçları (gözlemler, görüşmeler, görsel-işitseller, dokümanlar, raporlar) aracılığıyla olgunun derinlemesine incelendiği, olgunun ve olguya bağlı temaların tanımlandığı nitel araştırma metodu olarak tanımlanmıştır. Durum çalışması sonucunda olgu hakkında toplanan veriler ve analizler sonucunda olgunun oluşumuna neden olan faktörler belirlenir aynı zamanda problemin sebepleri, boyutları ve gelecek çalışmalara yön gösterecek noktalar hakkında da bilgiler sunmaktadır. Durum çalışmalarında nasıl” ve “niçin” soruları üzerinde durulmaktadır. Araştırma süresince olay veya olgu kendi doğal ortamında araştırılmaktadır ve araştırmacının olaylar üzerinde fazla kontrolü bulunmamaktadır (Yin, 1984). Durum çalışmaları deneysel araştırmalarda

olduğu gibi karşılaştırma yapmaktan ziyade keşfetme odaklı bir araştırma modelidir. Araştırmacı durum çalışması modelini kullanıyorsa olay ve olguların kategorize edilmesi üzerinde çalışır (Hancock ve Algozzine, 2006). Kısaca olay veya olgunun bulunduğu ortamda deneysel yöntemle net bir şekilde açıklanamayacak olayların iç yüzünü keşfetmek ve anlamak amacıyla durum çalışması kullanılmaktadır.

Nitel araştırma yöntemlerinde elde edilen veriler Straus ve Corbin (1990) tarafından betimsel ve içerik analizi olarak sınıflandırılmış yöntemler aracılığıyla analiz edilmektedir. Yin (1984), durum çalışmalarında verileri analiz etmek için şu 5 yöntemi önermektedir:

1. Örnek eşleştirme; bu yöntemde aynı durumdan elde edilen bilgilerin büyük kısmının teorik önermelerle bağdaşmasıdır.
2. Açıklayıcı yapı; çalışılan olgu veya olay hakkında açıklayıcı bir yapı aracılığıyla veriler analiz edilmektedir. Sonucunda da gelecek çalışmalar için fikir ve yol oluşturmak amaçlanmaktadır.
3. Zaman serisi; vakanın incelenmesi amacı ile zaman serisi oluşturulmaktadır.
4. Mantıksal modeller; araştırma sonucunda elde edilen verilerin, çalışma başlangıcında öngörülen önermelerle bağdaşmasıdır.
5. Çapraz durum sentezi; birden fazla vaka arasında yapılan karşılaştırmalar sonucunda benzer ve farklı yönler tespit edilmektedir.

Durum çalışması hakkında birçok tanım bulunmaktadır. Fakat tanımların ortak noktası bir durum hakkında derinlemesine bilgi toplamak ve durumun betimlenmesidir. Durum çalışması modeli, çalışılan konu hakkında zengin ve önemli perspektifler sunması nedeniyle önemli bir bilgi toplama yöntemidir (Brown, 2008).

5.6. Evren ve Örneklem

Çalışma grubunu belirleyebilmek amacıyla araştırmada kullanılan örnekleme yöntemi ise maksimum çeşitliliktir. Bu örnekleme yöntemi mekanlarda ya da bireylerde farklı olan bazı kriterleri önceden belirlemeyi ve sonrasında kriterler baz alınarak oldukça

farklılık gösteren mekanların ya da katılımcıların seçimini içermektedir (Patton, 2014). Bu nedenle seçilen bu örnekleme yöntemi konu ile alakalı olarak çok çeşitli bakış açısını sunacağı düşünülmektedir. Bu bilgiler doğrultusunda çalışmanın araştırma evreni olan Kayseri’de tescillenen 26 üründen 10 tanesinin tescil başvurusunu Kayseri Ticaret Odası gerçekleştirmiştir. 2 ürünün tescil başvurusu ve işlemleri kaymakamlık tarafından yürütülmüştür. 1 ürün üretici birliğinin girişimleri ile tescil hakkını kazandığını görmekteyiz. 1 ürün de tescil başvurusu da üretici kooperatifi tarafından gerçekleştirilmiştir. Kalan 12 ürün ise ilgili oldukları bölge belediyelerinin girişimleri ile tescil hakkını elde etmişlerdir. Bu bilgilerden yola çıkarak ulaşabildiğimiz belediye, kaymakamlık, kooperatif ve üretici birliklerinin temsilcileri ile görüşmeler planlanmıştır. Kayseri’nin sahip olduğu gastronomi turizmi potansiyelinin de araştırılacağı çalışmada, turizm paydaşlarıyla da görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Ayrıca konu hakkında uzman görüşlerinin de alınması amacıyla Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi’nde görevli akademisyenlerle de görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Son olarak Kayseri Pastırması, Kayseri Sucuğu ve Kayseri Mantısı 2017 senesinden itibaren Avrupa Birliği Komisyonu’nda tescil süreci devam eden ürünlerdir (European Comission, 2022a). Süreç hakkında bilgi edinmek amacıyla ürünlerin tescili için Avrupa Birliği Komisyonu’na başvuru işlemini gerçekleştiren Kayseri Ticaret Odası temsilcisiyle de görüşme gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında görüşmelere katılan katılımcılar tabloda listelenmektedir:

Tablo 4. Katılımcı Listesi

1	Kayseri İl Tarım ve Orman Müdürlüğü- Gıda Mühendisi
2	Kayseri İl Tarım ve Orman Müdürlüğü- Gıda Mühendisi (coğrafi işaretli ürünlerin denetiminde görevli)
3	Kayseri Büyükşehir Belediyesi- Kültür ve Sosyal İlişkiler Dairesi
4	Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü – Turizm Birim Sorumlusu ve Turizm Araştırmacısı
5	Kayseri Ticaret Odası- Meslek Komiteleri ve Üye İlişkileri Birimi
6	Kocasinan Belediyesi Temsilcisi
7	Bünyan Çağlayan Kadın Kooperatifi
8	Bünyan Belediyesi Temsilcisi
9	Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesinden akademisyen
10	Yazar, ORAN Kalkınma Ajansına dışarıdan destek vermekte ve TPE Temsilcisi
11	Çemen's Gurme- Restoran Yöneticisi
12	Kaleiçi Kayseri Mutfağı- Restoran Yöneticisi
13	Sultan Sofrası- Restoran Personel Yöneticisi
14	Altıntabak – Restoran Yöneticisi

Görüşme tekniği yoluyla veri toplanmasında görüşülmesi gereken toplam katılımcı sayısı hakkında net bir sayı yoktur. Bu bilgiye paralel Creswell (2002), görüşme sürecinde çok fazla sayıda katılımcıya ulaşma amacının hata olduğunu belirtmiştir. Baltacı (2018), ise katılımcı sayısından ziyade görüşmenin niteliğinin önemli olduğunu ve bu doğrultuda da bir katılımcıyla da görüşmelerin gerçekleştirilebileceğini belirtmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda araştırma kapsamında gerçekleştirilen görüşmelerde tekrarlarla karşılaşmaya başlanması verilerin doygunluğa ulaşıldığını göstermektedir. Doygunluk, görüşmeler esnasında elde edilen bilgilerin yeterli ölçüye ulaşılması durumudur. Bir başka örnek ile katılımcıların daha önceki katılımcıların fikir ve görüşlerini tekrar etmesi, bir önceki katılımcıdan farklı olarak herhangi bir bilgi vermemesi durumudur. Bu nedenle bu tez araştırmasında örneklem sayısı, yeterli doygunluğa ulaşılan kadar devam edilmiştir. Araştırma kapsamında da toplam 14 katılımcı ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Örnekleme, evreni temsil etmektedir. Bu sebeple araştırma evreninden seçilen örnekler yani katılımcılar; evrenin çeşitliliğini, zenginliğini, farklılığını yansıtacak nitelikte ve araştırma konusuna uygun özellikte olmasına dikkat edilmiştir.

5.7. Veri Toplama Araçları ve Süreci

Gerçekleştirilen tez çalışmasında, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı, Gastronomi Şehirleri kategorisinde 2021 yılından itibaren ulusal listede yer alan Kayseri’de, sürdürülebilir gastronomi turizminin sağlanabilmesi açısından gıda kategorisinde yer alan coğrafi işaretli ürünlerin öneminin ortaya konması amaçlanmaktadır. Bu sebeple araştırmada nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Çünkü nitel araştırma, insanın sosyal olguları ve sistemin derinliğini, kendi potansiyelini anlayabilmek amacıyla geliştirilmiş bir yöntemdir. Ayrıca nitel yöntemin tercih edildiği araştırmalarda araştırılan olay veya olgu hakkında derinlemesine bilgi edinilmesi amaçlanmaktadır (Morgan, 1996). Nitel yöntemin kullanıldığı araştırmalarda veriler; gözlem, görüşme, doküman analizi gibi yöntemler vasıtasıyla toplanmaktadır. Ek olarak birey ve topluma ilişkin olgular, nitel araştırmalarda yorumlayıcı bir yaklaşımla incelenerek toplumun olaylara yüklediği anlamlara odaklanılır. Gerçekleştirilen tez çalışmasında nitel araştırma yöntemlerinden; doküman analizi, saha gözlemi ve görüşme tekniğinden yararlanılmıştır.

Nitel araştırma yönteminde bilgi toplama yöntemlerinden ilki çevreye ilişkin bilgilerdir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bu amaçla da çalışılan tez konusu ile ilgili literatür taramıştır. Literatür taraması çalışılan konunun daha iyi anlaşılmasına ve konunun eksik yönlerinin tanımlanmasında önemli bir adımdır. Ayrıca çalışma yönteminin belirlenmesine ve kavramsal çerçevenin oluşturulmasına da katkı sağlamaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2017). Tez çalışmasının literatürü yazılırken kitaplardan, makalelerden, bildirilerden ve çeşitli internet sayfalarından faydalanılmıştır.

Veri toplama aşaması öncesinde tez çalışması kapsamında gerçekleştirilecek çalışmalar için Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi, Bilimsel Etik ve Değerlendirme Komisyonu’na başvuru gerçekleştirilmiştir. Başvuru 07.12.2022 tarihinde Bilimsel Etik ve Değerlendirme Komisyonu tarafından uygun görülmüştür. Veri toplamak amacıyla ön saha çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Belirtildiği üzere gerçekleştirilen çalışma nitel araştırma desenlerinden durum çalışması desenine göre modellenmiştir. Bu sebeple de ön

saha çalışması araştırma evrenini doğal ortamında gözlemleyebilmek, yerinde ve doğru verilere ulaşabilmek amacıyla oldukça önemli bir adımdır. Bu sebeple araştırmanın evreni olan Kayseri’de ön saha çalışması kapsamında 02.09.2021- 01.07.2023 tarihleri arasında Bünyan, Yeşilhisar, İncesu, Melikgazi, Talas ve Kocasinan ilçelerine ziyaretler gerçekleştirilmiştir. Bu ziyaretlerde çeşitli kurumlarla, coğrafi işaretli ürünler hakkında üreticilerle ve yerel halkla görüşmeler yapılarak veri toplanmıştır. Bu ziyaretlerde elde edilen bilgiler doğrultusunda tez çalışması için gerçekleştirilecek mülakat görüşmelerinde yer alması olası katılımcı profilleri ve coğrafi işaretli ürünlerin durumları hakkında bilgiler toplanılmıştır. Bilgi toplarken, yerel halk ve kurumlarda çalışan temsilcilerle yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Eş zamanlı olarak görüşmeler el yazısıyla not edilerek sonrasında bilgisayar ortamında kayıt altına alınmıştır. Ayrıca sahada fotoğraflar çekilmiştir.

Gerçekleştirilen ön saha çalışmalarının ardından elde edilen veriler ve mevcut literatür incelenerek görüşme grubu belirlenmiştir. Araştırma kapsamında katılımcıların verdikleri cevapların altında yatan nedenleri derinlemesine incelemek ve sürece bağlı ek sorular sorabilmek için yarı yapılandırılmış görüşme (mülakat) formu kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formu; sürece bağlı ek soruların sorulabildiği, görüşmecinin konuyla ilgili sorması gereken soruları detaylı bir şekilde bilmemesi varsayımından hareketle gerçekleştirilmektedir (Patton, 2014). Araştırmada kullanılacak soruların oluşturulmasında öncelikle literatürden faydalanılmıştır. Bu amaçla konu benzerliği olan lisansüstü çalışmalar incelenmiş ve gerçekleştirilmesi planlanan çalışma ile benzer niteliklere sahip 11 adet çalışma belirlenmiştir. Daha sonra, 11 çalışmadan 5 tanesinin, üzerinde çalışılan konunun hedefleriyle örtüşen sorulara sahip olduğu tespit edilmiştir. Faydalanılan çalışmalar tabloda listelenmiştir:

Tablo 5. Soru Havuzu İçin Kullanılan Lisansüstü Çalışmalar

1	Coğrafi İşaret ile Tescilli Ürünlerin Gastronomik Destinasyonlara Etkisi: Kapadokya Bölgesi'nde Bir Araştırma, (Yönet-Eren, 2018).
2	Konya Örneğinde Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gastronomi Turizmi Açısından Önemi, (Temiz,2019)
3	Coğrafi İşaretli Ürünlerin Bölge Halkı Tarafından Bilinirliğinin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi: Isparta Örneği, (Yıldız, 2021).
4	Şanlıurfa İlinin Coğrafi İşaretli Ürünlerinin Gastronomi Turizmi Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi, (Kayran, 2021).
5	Bayburt İlindeki Coğrafi İşaret Almış Yöresel Ürünlerin Bilinirlik Düzeyi ve Tüketici Tutumlarına Etkisi, (Kalekahyası, 2022).

Tabloda yer alan çalışmalarda kullanılan sorulardan, mülakat sorularına yönelik bir soru havuzu oluşturulmuştur. Havuz içerisinde toplanan sorular araştırmanın amacı doğrultusunda değerlendirilerek, sorular nitel araştırma konusunda deneyim sahibi iki öğretim üyesinden araştırmanın amacı ve nitel araştırmanın felsefesi/mantığı doğrultusunda incelemesi ve eleştirmesi istenmiştir. Bahsedilen ön çalışmalar ardından tez çalışmasında kullanılmak üzere belirlenen sorular genel anlamda şu şekildedir:

1. Kayseri'nin yerel kalkınmasında turizmin etkili olduğunu düşünüyor musunuz? Cevabınız "Evetse" bu etki hangi turizm türü/leri sayesinde oluşmaktadır? Cevabınız "Hayırsa" nedenini açıklar mısınız?
2. Kayseri'nin gastronomi turizmi potansiyeline dair görüşleriniz nelerdir?
3. Kayseri'nin Gaziantep ve Hatay gibi önemli bir gastronomi destinasyonu olması için neler yapılmalıdır?
4. Kayseri'nin UNESCO yaratıcı şehirler ağına gastronomi alanından girmesine yönelik çalışmalarınız bulunmakta mıdır? Bu konuda neler yapılabilir?
5. Kayseri'nin UNESCO yaratıcı şehirler ağına gastronomi alanından girmesine yönelik çalışmalarınız bulunmakta mıdır? Bu konuda neler yapılabilir?

Görüşmeler gerçekleştirilmeden önce katılımcılarla görüşülerek çalışmanın ana hatlarından bahsedilerek randevu alınmıştır. Belirlenen randevulara göre katılımcılarla 23.01.2023-01.02.2023 tarihleri arasında görüşmeler, yüz yüze (11) ve internet ortamında görüntülü görüşme (3) ile gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler esnasında, görüşmeler katılımcıların onayı alınarak ses kaydedicisi aracılığıyla kayıt altına alınmıştır. Ek olarak katılımcılara gönüllü onam formu sunulmuştur. Görüşmeler esnasında el yazısıyla

notlarda alınmıştır. Gerçekleştirilen görüşmelerde yapılan ses kayıtlarından en uzun 40.05 dakikadır ve en kısası ise 3. 29 dakikadır. Gerçekleştirilen görüşmelerin analiz edilebilmesi için 23.01.2023 ve 03.02.2023 tarihleri arasında transkripsiyonu yapılmıştır. Transkripsiyon işlemi ile ses kaydına alınan görüşmelerin bilgisayar ortamında yazılı hale getirilerek kaydedilmesidir. Bilgiler henüz yeniyken görüşmelerin ardından aynı gün içerisinde yazılı hale getirilmesine önem verilmiştir. Görüşme transkripsiyonlarında toplamda 9.301 kelime kullanılmıştır ve 37 sayfadan (1,15 satır aralığında) oluşmaktadır. Bu transkripsiyonlardan en kısası 1 sayfa, 209 kelimeden ve en uzun 6 sayfa 2.316 kelimeden meydana gelmektedir. Transkripsiyon işleminden sonra toplanan verilerin analiz sürecine geçilmiştir.

5.8. Verilerin Analizi

Tez çalışması nitel araştırma desenlerinden durum çalışmasına göre modellenmiştir. Çalışma da veri toplama tekniklerinden mülakat/görüşme tekniği kullanılmıştır. Bilimsel çalışmalarda analiz sürecine girmeden önce tümdengelim veya tümevarım yaklaşımlarından birisinin benimsenmesi önerilmektedir (Braun ve Clarke, 2006). Tümdengelim yaklaşımı gerçekleştirilen çalışmada mevcut literatürde var olan bir kuram ya da problemten yola çıkarak araştırmanın yürütülmesidir. Tümdengelim yaklaşımı neticesinde elde edilen veriler ve sonuç araştırma başında belirtilen kurama katkı sağlamaktadır (Kozak, 2021, s. 22). Tümevarım yaklaşımında ise araştırmacı literatürde bulunmayan veya fazla çalışılmamış bir konudan yeni bir kuram inşa etmeye çalışmaktadır (Özdemir ve Altıner, 2010). Bilgiler ışığında gerçekleştirilen tez çalışmasında tümdengelim yaklaşımı benimsenmiştir. Çünkü mevcut literatürde çalışma konusuna paralel ve benzer çalışmalar bulunmaktadır. Fakat daha önce de belirtildiği üzere gerçekleştirilen tez çalışmasının özgün olduğu düşünülmektedir. Mevcut literatürde çalışmanın evreni olan Kayseri örneğinde gerçekleştirilen çalışma sayısının az olduğu sonucuna varılmıştır.

Durum çalışması desenine göre gerçekleştirilen bu çalışma da gözlem, ön saha çalışması, mevcut literatür ve görüşme neticesinde toplanan veriler betimsel analiz ve içerik analizi yöntemleriyle analiz edilmiştir. İçerik analizi, nitel araştırmalarda kullanılan temel bir analiz yöntemidir. İçerik analizinde elde edilen yazılı veya sözlü metinlerin içerik açısından analiz edilmesidir (Kozak, 2021, s. 125). Araştırma sonucunda bulguların yorumlanabilmesi için içerik analizi aracılığıyla en çok hangi konulara vurgu yapıldığı keşfedilmektedir. İçerik analizi 3 alt kategoriye ayrılmaktadır; meta-analiz, meta-sentez (tematik içerik analizi) ve betimsel içerik analizi (Çalık ve Sözbilir, 2014). Betimsel analizde ise temel hedef toplanan verileri açıklayabilecek kavramlar ve ilişkiler elde etmektir. Bu bilgilerden hareketle elde edilen verilerin sistematik ve açık bir şekilde betimlenebilmesi amacıyla kullanılan analiz yöntemlerinin doğru olduğu varsayılmaktadır. Betimsel ve içerik analizi yöntemleriyle gerçekleştirilen tez çalışmasında literatürde yer alan çalışmalar ve tanımlardan yola çıkılarak veriler benzerliklerine göre gruplandırılmıştır. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen görüşmeler “Microsoft Office Word 2019” paket programına aktararak yazılı hale getirilmiştir. Yazılı hale getirilen görüşmeler “Maxqda 2020” paket programına aktarılmıştır. Program içerisinde açık ve aksiyal kodlama süreci takip edilerek invivo (cümle öbekleri) olarak kodlamalar yapılmıştır. Birbirine benzer nitelikte kodlar birleşerek kategorileri ve bu kategoriler birleştirilerek temaları oluşturmuştur. Tez çalışmasında elde edilen verilerin analiz sonucu ve bulguları bir sonraki bölümde detaylı bir şekilde açıklanmıştır.

5.9. İnanırlık, Aktarılabilirlik, Teyit Edilebilirlik

Görüşmeler esnasında elde edilmiş olan tüm ses kayıtları bilgisayar ortamında muhafaza edilmekle birlikte, görüşmelerin aktarıldığı dokümanlar saklanmaktadır. Ayrıca ses kayıtlarının yazıya geçirilme işlemi sırasında hata yapılıp yapılmadığı denetlemesi için bir öğretim üyesinden yardım alınmış olup, tüm veriler program aracılığı ile kodlanmıştır. Oluşturulan kodlar ve çıktılar gereklilik olması durumunda yetkililerle paylaşılacak üzere araştırmacı tarafından depolanmaktadır.

ALTINCI BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

6.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Katılımcılara ait demografik özelliklere bakıldığında, 8 kadın ve 6 erkek katılımcı ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. 26-35 yaş arasındaki katılımcı sayısı 6, 36-45 yaş arası katılımcı sayısı 4, 46-65 yaş arasında katılımcı sayısı ise 4'tür. Katılımcıların eğitim statüleri incelendiğinde ağırlıklı olarak üniversite mezunlarından oluştuğu görülmektedir.

Tablo 6. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Rumuz	Cinsiyet	Statü	Yaş	Eğitim
K1	Kadın	Restoran Yöneticisi	27	Yüksek Lisans
K2	Erkek	Restoran Yöneticisi	29	Ön Lisans
K3	Erkek	Restoran Yöneticisi	43	Lise
K4	Erkek	Restoran Personel Yöneticisi	32	Lise
K5	Kadın	Gıda Mühendisi	40	Yüksek Lisans
K6	Erkek	Gıda Mühendisi	47	Lisans
K7	Kadın	Meslek Komiteleri ve Üye İlişkileri Birimi	37	Lisans
K8	Erkek	Ziraat Mühendisi	30	Lisans
K9	Erkek	Akademisyen ve Dernek Başkanı	30	Doktora
K10	Kadın	Kadın Kooperatifi Başkanı	40	Lise
K11	Kadın	Çevre Mühendisi	26	Lisans
K12	Kadın	Kültür ve Sosyal İlişkiler Dairesi	30	Yüksek Lisans
K13	Kadın	Turizm Birim Sorumlusu ve Turizm Araştırmacısı	52	Lisans
K14	Kadın	TPE Temsilcisi ve Yazar	53	Lisans

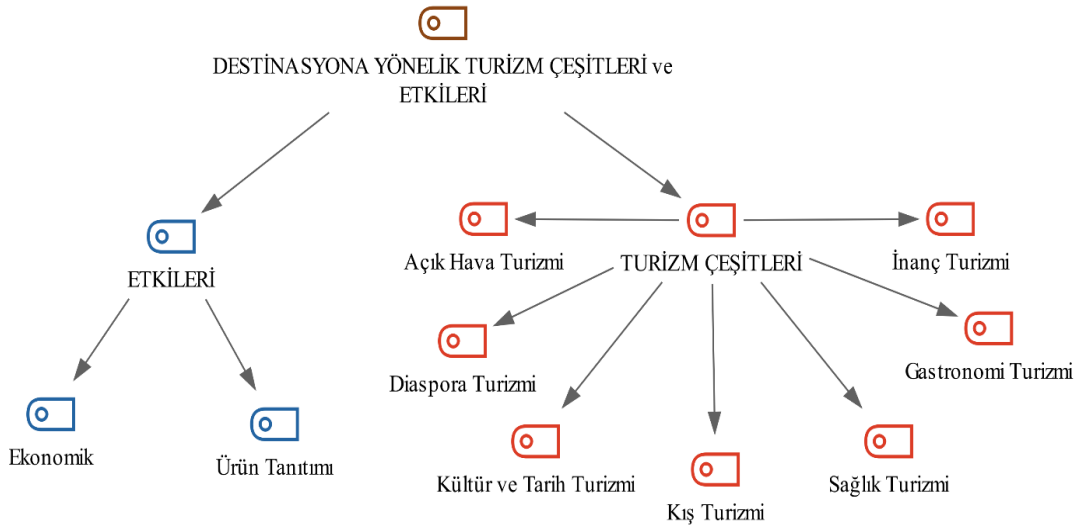
Verilerden analiz edilen sonuçlara göre, 10 ana temaya ulaşılmıştır. 1., 2., 3. ve 4. temalar tüm katılımcılara ortak olarak sorulan sorulara verilen yanıtlardan oluşturulmuştur. 5. ve 6. temalar restoran temsilcileri haricindeki çalışma grubuna sorulan sorulardan meydana gelmektedir. 7., 8., 9. ve 10. temalar ise restoran temsilcilerinin verdikleri yanıtlardan meydana gelmektedir. Tema başlıkları sırasıyla şu şekildedir:

1. Kayseri’de Öne Çıkan Turizm Türleri ve Yerel Kalkınmaya Etkisi
2. Kayseri’nin Gastronomi Turizmi Potansiyeli
3. Kayseri’nin Önemli Bir Gastronomi Destinasyonu Olabilmesi İçin Neler Yapılabilir
4. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına Katılım Amaçlı Çalışmalar
5. Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi ve Coğrafi İşaretli Ürünler
6. Paydaşlar Neler Yapmalılar?
7. Coğrafi İşaret Tescili Hakkında Görüşler
8. Menüde Yer Alan Coğrafi İşaretli Ürünler
9. Coğrafi İşaretli Ürünlerin Restoran İşletmelerine Katkısı
10. Restoran Yöneticilerinin Perspektifinden Coğrafi İşaretli Ürünler ve Gastronomi Turizmi

6.2. Kayseri’de Öne Çıkan Turizm Türleri ve Yerel Kalkınmaya Etkisi

Katılımcılar ile yapılan görüşmelerde öncelikli olarak “Kayseri’nin yerel kalkınmasında turizmin etkili olduğunu düşünüyor musunuz? Cevabınız “Evetse” bu etki hangi turizm türü/leri sayesinde oluşmaktadır? Cevabınız “Hayırsa” nedenini açıklar mısınız?” sorusu yöneltilmiştir. Alınan cevaplar “invivo” olarak kodlanarak kategorilere ulaşılmıştır. Kategoriler birleştirilerek “Destinasyona Yönelik Turizm Çeşitleri ve Etkileri” teması oluşturulmuştur (Şekil 14).

Şekil 14. Destinasyona Yönelik Turizm Çeşitleri ve Etkileri



Katılımcılardan elde edilen cevaplar doğrultusunda, Kayseri’de kış turizminin ön plana çıktığı ve yerel kalkınmada etkin bir rol oynadığı tespit edilmiştir. Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi’nde akademisyen olarak görevini sürdüren katılımcı K9, Kayseri’de kış turizminin mevcut durumu hakkında şunları beyan etmiştir:

“Kayseri’nin yerel kalkınmasında turizmin önemli bir etkisi olduğunu düşünüyorum. Bunun en güzel örneğini Erciyes A.Ş. ’nin kış turizmi için Erciyes Dağı ’nı bir yönetim organizasyon modeliyle yönetmesi ve bunun akabinde de Kayseri’ye gelen turist sayısındaki artıştan anlayabiliyoruz. Belki bundan 10-15 yıl öncesinde Erciyes Dağı ’na yapılan bu yatırımlar şehrin turizme verdiği önemi arttırmış ve bu da şehre gelen turist sayısını önemli düzeyde arttırmıştır. Ama bu hala maalesef yeterli düzeyde değil. Bunun için alternatif turizm çeşitlerine de yönelmek gerekiyor. Bu etki hangi turizm türleriyle oluşmaktadır. Benim gördüğüm kadarıyla Birinci sırada kış turizmi gelmekte. Önemli bir kısmı. Hatta geçen seneden itibaren Rusya ve Ukrayna’dan direkt uçuş seferleri başlatılmıştır. Erciyes A.Ş Rusya ve Ukrayna pazarına yöneliyor. Dolayısıyla oradan çok fazla turist geldiğini biliyorum. Erciyes AŞ. oralara daha farklı yatırımlarda yapıyor. Mesela Rusya ve Ukrayna’da Google aramalarına reklam vermek istediğini biliyorum.” (Kış Turizmi- İnanç Turizmi-Kültür ve Tarih Turizmi).

Yöresel ürünler sunan bir restoranda 10 yılı aşkın bir süredir restoran personel yöneticisi olarak görevini sürdüren K4 ’ün, Kayseri’de etkin olan turizm çeşitleri içerisinde diaspora turizmine yönelik verdiği yanıt öne çıkmaktadır:

“...Etkili bence kayak turizmi oldukça rağbet görüyor. Şu an da Ukrayna Rus savaşı olmasaydı şu an çarşıda göreceğiniz insanların yarsından fazlası yabancı turist olurdu. Yazında gurbetçi vatandaşlar geliyorlar. Kış turizmi oldukça pahalı bir turizm çeşidi gelen turistte iyi para harcıyor. Ekonomik olarak faydalı oluyor” (Kış Turizmi/ Diaspora Turizmi).

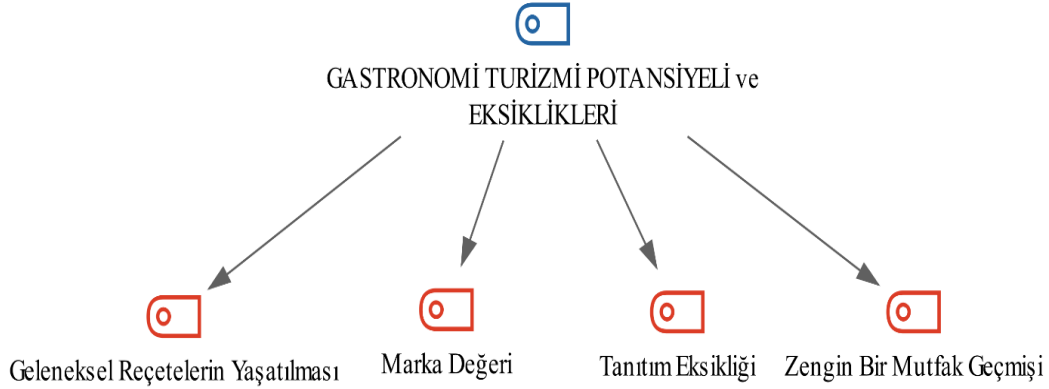
Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nde Turizm Araştırmacısı ve Turizm Şubesi Birim Sorumlusu olarak görevini sürdüren K13, Kayseri'de turizmin etkileri ve mevcut durumu hakkında düşüncelerini şu şekilde aktarmıştır:

“Bence etkili. Çünkü Kayseri’de yalnızca kış turizmi yapılmıyor. Dağ turizmi, sağlık turizmi, kültür turizmi de var. Çok farklı turizm türlerini barındıran bir şehir. Bunu da şuna bağlıyorum 6 bin yıllık bir tarihi var. Gastronomi de bunun çok farklı bir ayağı. Fakat son yıllarda daha fazla ön plana çıktı. Çünkü genel olarak Türkiye’de de gastronomi turizminin ön plana çıkışı son 10 yıla dayanıyor. Yurt dışında daha fazla ve aktifti ama Türkiye’de de önem kazanmaya başladı. Kayseri’de de 5-6 yıldır büyük önem verilmektedir. Bu sebeplerden dolayı da Kayseri’de yerel kalkınmanın etkili olduğunu düşünüyorum” (Kış Turizmi- Sağlık Turizmi- Kültür ve Tarih Turizmi- Gastronomi Turizmi).

6.3. Kayseri’nin Gastronomi Turizmi Potansiyeli

Katılımcılar ile gerçekleştirilen görüşmeler esnasında Kayseri’nin gastronomi turizmi potansiyeli hakkında ne düşündükleri sorulmuştur. Genel anlamda tüm katılımcılar Kayseri’nin gastronomi turizminde yüksek bir potansiyelinin olduğunu beyan etmişlerdir. Katılımcılara yöneltilen *“Kayseri’nin gastronomi turizmi potansiyeline dair görüşleriniz nelerdir?”* sorusuna veriler yanıtlar neticesinde 4 kategori oluşturulmuştur (Şekil 15). Bu kategoriler incelediğinde en sık verilen cevabın “tanıtım eksikliği” olduğu görülmektedir.

Şekil 15. Gastronomi Turizmi Potansiyeli ve Eksiklikleri



Kayseri Ticaret Odası’nda coğrafi işaretli ürünlerin tescil işlemlerini sürdüren ekipte yer alan K7, Kayseri’nin sahip olduğu gastronomi turizmi potansiyeline dair görüşünü şu şekilde aktarmıştır:

“Kayseri’nin gastronomi turizmi açısından büyük bir potansiyele sahip olduğunu düşünüyorum. Fakat tanıtımının başarılı bir şekilde gerçekten tanıtılabilirse gastronomi açısından hatırı sayılır bir konuma gelebilecek bir şehir. Kayseri’nin eskiden süregelen köklü bir mutfağı var. Hatta birçok reçetesi unutulmuş lezzetler var. Bu lezzetlerin tekrar gündeme gelmesinde coğrafi işaret uygulamasının da etkisi var. Günümüzde dejenere olmuş pek çok şey gibi mutfak kültürü de dejenere olmasıyla bu eski tatların tekrar gündeme gelmesiyle insanların ilgisi de arttı. Zaten pek çok yöresel Kayseri lezzeti halihazırda hazırlanmaktaydı. Kayseri mutfağı genel itibariyle hamur işlerine dayanıyor. Kayseri mutfağının diğer şehirlerden tek farkı tanıtım konusunda geri kalmış olması. Yoksa mutfak kültürü söz konusu diğer gastronomi şehirleriyle kıyasıya yarışabilecek zengin bir mutfak.” (Zengin Mutfak Geçmişi- Tanıtım Eksikliği- Geleneksel Reçetelerin Yaşatılması).

Kocasinan Belediyesi'nde ziraat mühendisi olarak görevini sürdüren ve yamula patlıcanının tescil sürecine katkı sağlayan K8, Kayseri'nin etnik çeşitliliğinin ve tarihi geçmişinin, zengin bir mutfak kültürüne sahip olmasında önemli bir faktör olduğunu bildirmiştir:

“...Kayseri ilk soruda da bahsettiğim gibi mükemmel derece de bir potansiyele sahip. Yüzyıllardır burada yaşamış olan Ermeni, Rum gibi birçok milletin bir arada yaşadığı bir şehir olduğu için çok büyük bir ürün yelpazesine sahip. Bu ürünlerin tanıtılıp parlatılması lazım. Tanıtımın başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesi faydalı olacaktır” (Zengin Mutfak Geçmişi- Tanıtım Eksikliği).

Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde akademisyen olarak görevini sürdüren K9, Kayseri'nin sahip olduğu gastronomi turizmi potansiyelini; ürün çeşitliliği açısından zengin bir şehir olmasının yanında gastronomi turizmine yönelik yatırımların ve STK ve gastronomi dernekleri gibi kuruluşların faaliyet göstermesi şeklinde üç kategoride değerlendirmiştir:

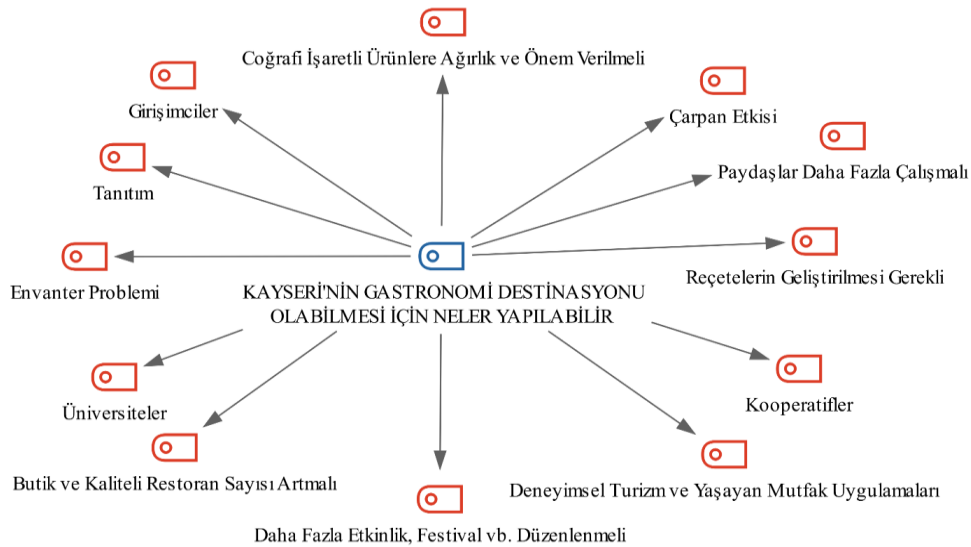
“...1. Potansiyel nedeni sahip olduğu yemek çeşitliliğidir. 2. potansiyeli de son 5 yılda önemli yatırımlar yapılıyor gastronomiye Kayseri'de. Nasıl? 1.si gastronomi alanındaki yiyecek içecek restoranlarının sayısı artıyor dolayısıyla da gurme turizmine hitap eden restoranların sayısında artış görüyoruz. Bunun yanında Kayseri Büyükşehir Belediyesinin ve ilçe belediyelerinin gastronomiyle ilgili farklı yatırımlar yaptığını görüyoruz. Örneğin UNESCO Gastronomi Şehirleri Ağına girebilmek için Kayseri'nin bir başvurusu oldu. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına ulusal temsilci olarak katılmış oldu. Uluslar devam ediyor. 3. potansiyeli ise çok sık olmasa da gastronomi festivalleri düzenleniyor Kayseri'de. Örneğin bundan 10 sene kadar önce pasuma; pastırma sucuk mantı festivali düzenlenmiş Kayseri'de. 2017 senesinde Kayseri gastronomi ve mantı festivali düzenlendi. Bu Kayseri Gastronomi ve Mutfak Sanatları Derneği çatısı altında düzenlendi. 2023 ve 2024'te de biz dernek olarak önemli etkinlikler düzenlemek istiyoruz. Aktif bir sivil toplum örgütünün bulunması da gastronomi alanında Kayseri için önemli

bir festival. Dernek aynı zamanda farklı şehirlerde düzenlenen etkinliklere hemen hemen her ay katılıyor. Örneğin en son Ankara’da düzenlenen bir etkinlikte mantı, pastırma dağıtıldı. Bu anlamda da derneğin tanıtım açısından katkısı olduğunu düşünüyorum. Kayseri Büyükşehir Belediyesi de farklı şehirlerde düzenlenen etkinliklere mantı gibi lezzetler yollamasıyla da önemli bir adım attığını, yatırım yaptığını görüyoruz” (Zengin Mutfak Geçmişi- Tanıtım Eksikliği).

6.4. Kayseri’nin Önemli Bir Gastronomi Destinasyonu Olabilmesi İçin Neler Yapılabilir?

Katılımcılara yöneltilen “*Kayseri’nin Gaziantep ve Hatay gibi önemli bir gastronomi destinasyonu olması için neler yapılmalıdır?*” sorusuna verilen tüm yanıtlar koda çevrilmiş, kodlar ise 12 kategoriye oluşturmuştur. Bu kategoriler birleştirilerek “*Kayseri’nin Önemli Bir Gastronomi Destinasyonu Olabilmesi İçin Neler Yapılabilir*” temasını oluşturmuştur (Şekil 16). Katılımcıların verdikleri tüm yanıtlar incelendiğinde; tanıtımdaki eksiklikler ve tanıtım konusundaki öneriler ön plana çıkmaktadır. 13 katılımcı tarafından da beyan edilen tanıtım konusu sebebiyle “*Tanıtım*” kategorisi en çok tekrarlanan kategoridir.

Şekil 16. Kayseri’nin Önemli Bir Gastronomi Destinasyonu Olabilmesi İçin Neler Yapılabilir?



Kadın bir girişimcinin kurduğu ve işlettiği, Kayseri mutfağının yöresel ürünlerini sunan restoran yöneticisi olan K1, Kayseri'nin gastronomi turizmi ile ön planda olan bir şehir olabilmesi için şu önerilerini sunmuştur:

“Önceki sorularda da belirttiğim gibi Kayseri mutfağının tanıtımı kesinlikle yetersiz. Kayseri gibi zengin ve köklü mutfağa sahip bir şehirde bu mevzu daha fazla ciddiye alınmalı ve desteklenmeli. Gastronomi şehri potansiyeli de yüksek fakat insanımız özellikle girişimciler bu tarz restoranlara karşı en iyisi evde yapılır mantığıyla yaklaşıyor. Örnek teşkil edebilecek Hatay ve Antep mutfakları var önümüzde. Tüm ürünler yer almasa bile konsept bir mantıcı yok mesela Kayseri’de bu tarz butik ve kaliteli restoranlar çok faydalı olacaktır” (Tanıtım- Butik ve Kaliteli Restoran Sayısı Artmalı- Girişimciler).

Kayseri Ticaret Odası’nda coğrafi işaretli ürünlerin tescil işlemlerini sürdüren ekipte yer alan K7 ve ERÜ Turizm Fakültesinde akademisyen olarak görevini sürdüren K9 tarafından verilen yanıt incelendiğinde; Kayseri’de alkol tüketen turistlere yönelik restoranların bulunmayışının gastronomi turizmi açısından olumsuz bir durum olması yanıtı dikkat çekmektedir. K7, tarafından verilen yanıt şu şekildedir:

“...Biz şu an da Kayseri olarak sanayi kenti özelliğimizle ön plandayız. Kayseri denilince akla gelen; çelik kapı firmaları, mobilya firmaları, kış turizmi, Kapadokya’ya yakınlığı vs. öne çıkıyor. Fakat gerçek anlamda baktığımız zaman ciddi bir gastronomi şehriyiz. Kayseri zengin bir mutfağa da sahibiz. Tek ihtiyacı işlenmesi ve gün yüzüne çıkartılması. Alkollü içeceklerinde menülerde yer alması önemli çünkü turistler bunu talep ediyorlar ve bunun için Kayseri’den Nevşehir’e gidebiliyorlar”. (Tanıtım- Paydaşlar Daha Fazla Çalışmalı- Daha Fazla Etkinlik, Festival vb. düzenlenmeli- Girişimciler).

K9, yönlendirilen soru hakkındaki düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir:

“Kayseri mutfağı veya gastronomisi bir Afyon gastronomisinden daha az mı gelişmiş? Hayır değil. Belki daha fazla gelişmiş. Afyon’da tamamen belediyeler, valilik ve

başka turizm paydaşları bu olayı çok daha fazla sahiplenmişler. Bu durumunda farklı yatırımlar ile vücut bulduğunu görüyoruz. Sonuç olarak Afyon'un bir Gastronomi Şehri olduğunu görüyoruz. Kayseri'nin bu potansiyeli oysa Afyon'dan kat kat yüksek. Peki neler yapılabilir? Tanıtım arttırılmalı. Ulusal ve uluslararası fuarlara organizasyonlara ve etkinliklere katılarak Kayseri'nin zengin bir gastronomi destinasyonu olduğu vurgulanmalı. Bu tarz faaliyetlerde Kayseri mutfak, tanıtım filmleri vs. ile yemekler tanıtılmalıdır. Bir diğer konuda, eksilikte yöresel yemek yapan restoran sayısı artmalı. Bir diğeri Erciyes Dağı'nın 25-30 km. uzaklıkta olması kış turizmi için gelen turistlerin dağdan şehre inmesini zorlaştırmaktadır. Dolayısıyla turistik bir merkez olan Erciyes Dağı'nda da yöresel yemekler yapan restoranlar açılmalıdır. Belediye yapabilir. Bir de bu yöresel yemekler ticarileştirilmeli. Daha fazla yöresel ürüne coğrafi işaret alınmalı belki de. En önemlisi gastronomi imajının oluşturulması gerekir. Örneğin Nevşehir'de bazı siteler aracılığıyla de Nevşehir'de yaşayan yerel halk bağ evlerini gastronomi evine dönüştürüyor. Yabancı turistlere kiralityorlar. Beraber yemek yapıyorlar, bağ bozumu vs. gibi etkinliklere katılmak turistler için çekici bir unsur. Turist üzümü dalından toplayıp, üzümleri ezerek şırasını çıkartıyor. Dolayısıyla deneyimsel turizme yönelik etkinlikler çoğaltılabilir. Ben Eskişehir'de bir etkinliğe katılmışım, bir kongreydi. Orada bir sosyal faaliyet yapılmıştı, Bursa'yı anlamak diye. Yanımızdaki tiyatro oyuncularına bize gözlerimiz kapalıyken Bursa'da gibi hissettirmişti. Bunun benzerlerinin Kayseri'de uygulanması da etkili olabilir. Kayseri için gerçekten tanıtım önemli. Duyuların ön planda olduğu etkinlikler gastronomi imajının oluşturulmasında fayda sağlayacaktır. Kayseri sucuğunun kokusu, mantısının tadımı, gilaburunun içilmesi gibi gastronomi ürünlerinin özelliklerinin ön plana çıktığı tanıtım faaliyetleri yapılabilir. Kayseri'nin gastronomi destinasyonu olması için bir diğeri hususta Kayseri'de alkollü içecek sunan restoran sayısı az. Turistlerin önemli bir kısmının alkollü tercih ettiğini görüyoruz. Gelen turistler için alkollü içecek sunan restoranlarında bulunması gerektiğini düşünüyorum...” (Tanıtım- Üniversiteler- Butik ve Kaliteli Restoran Sayısı Artmalı- Deneyimsel Turizm ve Yaşayan Mutfak Uygulamaları- Daha Fazla Etkinlik, Festival vb. Düzenlenmeli- Coğrafi İşaretli Ürünlere Ağırlık ve Önem Verilmeli).

Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nde görevini sürdürmekte olan ve Kayseri ilinin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na başvurusunu gerçekleştiren ekipte yer alan K12, tarafından bu soruya verilen yanıt şu şekildedir:

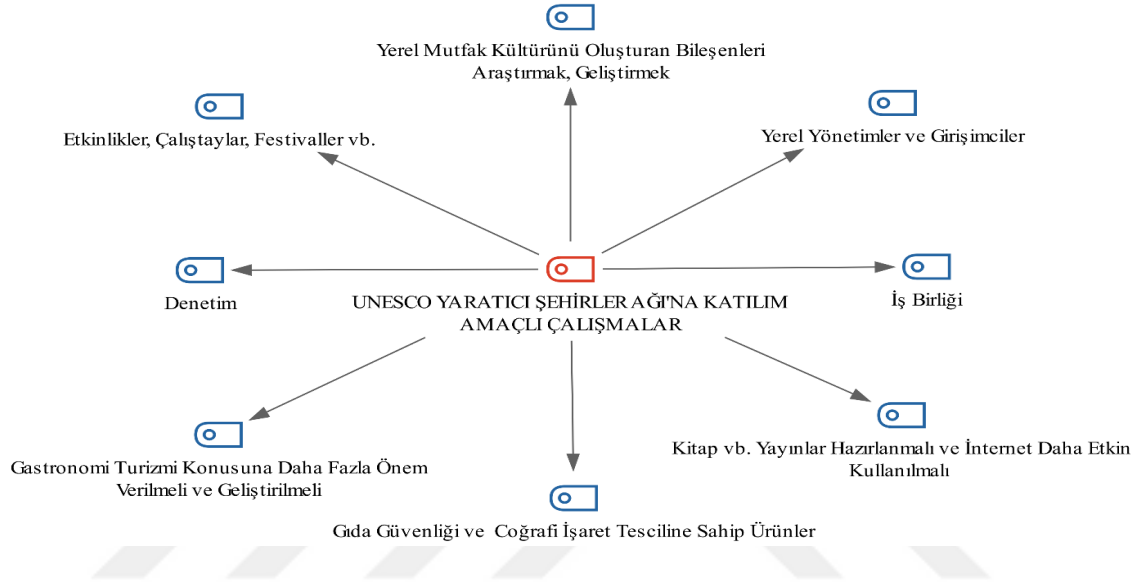
“Birincisi UNESCO şartlarında da yer alan, şehrin tüm kuruluşlarının birlikte hareket etmesi maddesi oldukça önemli. Gaziantep ve Hatay'ın buradaki en büyük avantajı oradaki mutfak kültürü etrafında var olan bir devinim ve canlılık var. Yani şehirlerin genelinde yaşanan en büyük canlılık zaten mutfak kültürü çevresinde. Kayseri'de ise özellikle sanayi çevresinde biz bu canlılığı görmekteyiz. Buradan yola çıkarak yalnızca tüketen değil aynı zamanda da üreten bir şehir olduğumuzu söyleyebilirim. UNESCO'nun da isteği bütün şehrin; kamu kuruluşları, STK'ları, özel sektör temsilcilerinin yani bunların hepsinin bir arada iş birliği içerisinde bulunması isteniyor. Kayseri'nin önemli bir gastronomi destinasyonu olabilmesi içinde bu şartı yerine getirmemiz gerekiyor. Bahsettiğimiz mutfak sanatları merkezi bu konuda oldukça önemli bir adım diyebilirim. Eğitimle ve paydaşların katkısıyla merkezin kurulması ve faaliyet göstermesi gastronomi turizmini şehirde geliştirecektir. Bunun örnekleri Antep ve Hatay'da da var” (Paydaşlar Daha Fazla Çalışmalı).

6.5. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına Katılım Amaçlı Çalışmalar

Katılımcılara yöneltilen “*Kayseri'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına gastronomi alanından girmesine yönelik çalışmalarınız bulunmakta mıdır? Bu konuda neler yapılabilir?*” sorusuna verilen tüm yanıtlar analiz edilerek 8 kategori oluşturulmuştur (Şekil 17). Katılımcıların 10'u paydaş kurumlarda görev yapmaları sebebiyle UNESCO Gastronomi Şehirleri Ağına yönelik proje ve çalışmaları bulunduğunu belirtmişlerdir. 14 katılımcıdan 11'i, paydaşlar arasında “*İş Birliği*” ve koordinasyonun önemli olduğunu belirtmiştir. 9 katılımcı tarafından da Kayseri mutfağının tanıtımı için “*Yazılı Kaynakların*” (kitap, dergi, makaleler, el broşürleri vb.) ve “*İnternet Kaynaklarının*” (sosyal medya, web siteleri, reklamlar, uygulamalar vb.) daha etkin kullanılması gerektiği yanıtı verilmiştir. 2 katılımcı ise Kayseri'de, *gastronomi turizmi* konusundaki bilincin ve

farkındalığın geç oluşmaya başlaması sebebiyle *daha fazla çalışma yapılması* gerekliliği belirtilmiştir.

Şekil 17. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına Katılım Amaçlı Çalışmalar



Kayseri İl Tarım ve Orman Müdürlüğünde gıda mühendisliği görevini sürdüren K5 ve coğrafi işaret tesciline sahip ürünlerin denetim kurulunda yer alan K6 tarafından verilen yanıtlar şu şekildedir:

K5 “...Kurum olarak bizim gilaburu hususunda birtakım projelerimiz bulunmaktadır. Gıda ve yem şubesi olarak temel amacımız halka güvenilir gıdayı sunmak. Bu amaç doğrultuda çalışmalar yapıyoruz. Örneğin gilaburunun üretimi, ambalajlanması, dışarıya satışı gibi konularda çalışmalarımız oluyor. Şu an da gilaburunun bu kadar bilinmesi ve yaygınlaşmasında bizim büyük bir payımız olduğunu düşünüyorum. Şunu da eklemek isterim, bizim yaptığımız çalışmalarda pastırma sucuk gibi tarihi eskiye dayanan tarihi şekerlemeciler de var. Şekerleme konusunda başarılar fakat yeterince tanıtımı yapılmıyor. 2 kuşak öncesinde Kayseri şekerleme ile de ön plandaymış. Diğer gıdalarda da olduğu gibi yeterli reklam yapılmadığı ve markalaşmadığı için bilinmiyor ve yitirilmiş. Manti son yıllarda yaygınlaşmış bir ürün dondurularak zincir marketlerde tüketiciye sunuluyor. Diğer gıdalar da bu şekilde

yayılabilirse tanıtımda faydalı olabilir örneğin yağlama gibi. ...” (Gıda Güvenliği ve Coğrafi İşaretli Ürünler- Yerel Mutfak Kültürünü Oluşturan Bileşenleri Araştırmak ve Geliştirmek- Etkinlikler, Çalıştaylar, Festivaller vb.)

K6 “.... Görevim gıda ürünlerinin güvenilirliği ve bu konudaki eksikliklerinin tespiti. Ayrıca tescilli bu ürünlerin diğer bölgelerdeki benzerlerindeki farkının ne olduğunu araştırıyoruz. Denetimler ve bu araştırmalar neticesinde de daha fazla ürün tescillenir. Bu da bu sorudaki konuya yardımcı olur...” (Gıda Güvenliği ve Coğrafi İşaretli Ürünler- Yerel Mutfak Kültürünü Oluşturan Bileşenleri Araştırmak ve Geliştirmek- Denetim).

Kayseri Büyükşehir Belediyesi’nde görevini sürdürmekte olan ve Kayseri ilinin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına başvurusunu gerçekleştiren ekipte yer alan K12, tarafından bu soruya verilen yanıt şu şekildedir:

“...Evet zaten bahsettiğim gibi 2021 senesindeki başvuru sayesinde ulusal çapta listeye girdik. Bunun devamında uluslararası da listeye girmek için önceliğimiz var. 2023 için bunu çalışmalarımız devam etmektedir. Festivaller, şenlikler, projeler ile destekleyerek şehrin gastronomi turizmi açısından gelişeceğini ve sahip olduğu potansiyelle de bu unvanı kazanacağına inanıyorum. Valiliğin, üniversitelerin, belediyelerin ve özel sektörün katkıları da mevcut.” (Etkinlikler, Çalıştaylar, Festivaller vb.- İş Birliği/ Yerel Yönetimler ve Girişimciler).

ORAN Kalkınma Ajansı ve Kayseri Ticaret Odası’nda Coğrafi İşaret Tescili konusunda uzman olarak çalışmış aynı zamanda bu konuda bir kitapları bulunan K14’ün görüşünde yer alan “Envanter Eksikliği Problemi” dikkat çekmektedir. K14’ün görüşü şu şekildedir:

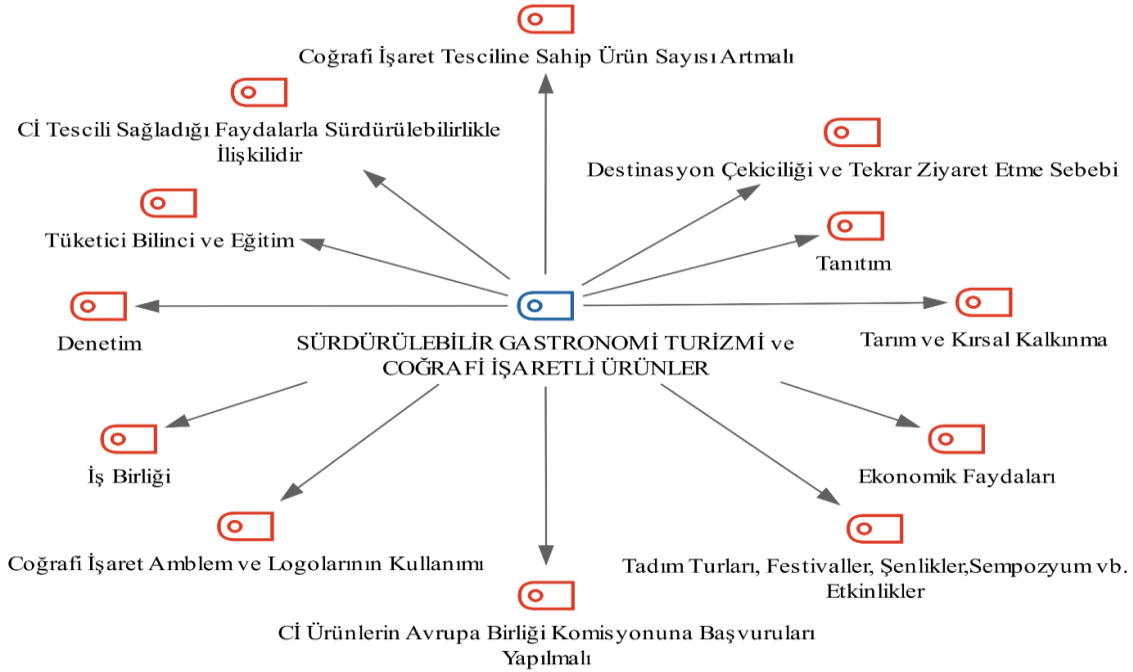
“Antep gibi gastronomiyle kültürel zenginliğimizi korumak istiyorsak, UNESCO aracılığıyla bahsettiğimiz envanter eksikliğini gidermemiz lazım. Tek tek mutfak kültürünü

oluşturan bileşenleri, yemekleri, adetleri tespit edip kategorize ederek kullanmamız gerekiyor. Turizme, sağlığa vs. yönelik ürün geliştirmesi yapılmalı” (Yerel Mutfak Kültürünü Oluşturan Bileşenleri Araştırmak ve Geliştirmek).

6.6. Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi ve Coğrafi İşaretli Ürünler

Restoran temsilcileri haricindeki çalışma grubuna sorulan *“Coğrafi işaretli ürünler Kayseri’nin sürdürülebilir gastronomi turizminin sağlanabilmesi için kullanılabilir mi? Kayseri’nin coğrafi işaretli gıda ürünleri ilin sürdürülebilir gastronomi turizmi gelişimi açısından nasıl bir etkiye sahiptir? (Coğrafi işaretli ürünler Kayseri’nin sürdürülebilir gastronomi turizminin sağlanabilmesi için kullanılabilir mi?)”* sorusuna verilen yanıtlar analiz edilerek 12 kategori oluşturulmuştur. 12 kategori, *“Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi ve Coğrafi İşaretli Ürünler”* teması altında toplanmıştır (Şekil 18). 8 katılımcı tarafından sürdürülebilir gastronomi turizmi ve coğrafi işaretli ürünler arasında güçlü bir bağ olduğu beyan edilmiştir. 8 katılımcı ise verdiği yanıtlarda tanıtım konusuna vurgu yapmıştır. Katılımcılardan 1 tanesi coğrafi işaretli ürünlerin uluslararası tanınırlığı ve korunabilmesi için Avrupa Birliği Komisyonuna gerçekleştirilen başvuruların önemli olduğunu belirtmiştir.

Şekil 18. Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi ve Coğrafi İşaretli Ürünler



Kayseri’ye ait 26 ürünün coğrafi işaret tescili bulunmaktadır. Bu ürünlerden Kayseri Mantısı, Kayseri Pastırması ve Kayseri Sucuğu olmak üzere 3 tanesinin Avrupa Birliği Komisyonu’na başvuru işlemlerini gerçekleştiren Kayseri Ticaret Odası temsilcisi K7’nin yanıtı şu şekildedir:

“...Kayseri Mantısı, Sucuğu ve Pastırması için aynı zamanda 2017 yılında Avrupa Birliği Komisyonuna Ticaret Odası başvurdu. Fakat bu ürünlerin 2000’li yıllara ait kapsamı ve içeriği görece sığ sicil belgeleri nedeniyle AB komisyonunun sorduğu soruları tam anlamıyla cevaplayamadık. Bunu nasıl aşabilirdik. Biz de ürünlerin tescil içeriklerini yeniledik. Çok daha kapsamlı, reçetesi çok daha anlaşılır ve yöreyle bağlantısını çok daha iyi kurarak tescil belgelerini yeniledik. Yani güncelledik. Birkaç ay önce de güncel belgeler ile Kayseri Sucuğunun Avrupa Birliği Komisyonuna başvurusu gerçekleştirildi. Yakın bir zamanda da pastırma için süreç başlayacak. Biliyorsunuz ki belgelerin kapsamlı bir İngilizce çevirisi gerekli. Ayrıca yeterince açıklayıcı olması da gerekli. Komisyonunda her şeyin yolunda gideceğini düşünüyoruz çünkü gerçekten çok iyi hazırlandık. Dediğim

gibi tescil içeriklerini yenileme amacımız daha güncel içeriklerini sunabilmektir.... Genel olarak baktığımız zamanda herkes Kayseri Mantısını bilir fakat tepsi mantısı fazla tanınan bir ürün değildir. Bu tarz ürünlerin tanıtılması gerekmektedir. Mesela Kurşun Aşı çorbasının adı. Ben tescil sürecinde çok çalıştım. İçerisindeki malzemelerin çok fazla olması ve besleyiciliği nedeniyle kaselerin kaldırılamaması nedeniyle almış ismini. Örneğin nevzine Kayseri’de dahi kaç kişi biliyor veya Türkiye’de. Genellikle işte Kayserili tanıdıklarından vs. deneyimleyenler biliyorlar. Ürünlerin spesifik özellikleriyle tanıtımı ve görsel basında, usta şeflerle yapılacak çalışmalarla yapılacak etkinlikler ile tanıtımı çok önemli. Belediyelerin faaliyetleri de oldukça önemli. Erciyes’te uygun tesisler var. Orda ürünlerin sunulduğu restoranlar vs. var. Fakat tüketiciyle buluştukları noktada coğrafi işaretli olduklarını vurgulamakta bilinç için çok önemli. Menülerde logoların kullanımı halkın bilinci için de oldukça faydalı olur” (Coğrafi İşaret Tesciline Sahip Ürün Sayısı Artmalı- Coğrafi İşaret Amblem ve Logolarının Kullanımı- Cİ Tescili Sağladığı Faydalarla Sürdürülebilirlikle İlişkilidir- Cİ Ürünlerin Avrupa Birliği Komisyonuna Başvuruları Yapılmalı- Tanıtım- Tarım ve Kırsal Kalkınma- Tüketici Bilinci ve Eğitimi).

Kadın kooperatifi kurucusu ve bir tarım ürünü olan gilaburunun üretimi konusunda ilgili olan K10 tarafından verilen yanıt şu şekildedir:

“Evet bir etkisi olduğunu düşünüyorum. Coğrafi işaretli ürünler kendisini tanıtan ürünlerdir. Başarılı bir ürün kendini tanıtır. Gilaburunun kullanıldığı ürünler, resmedildiği el işleri sebebiyle biz bir kazanç elde ediyoruz. Bölge de bundan fayda sağlıyor. Gilaburunun Cİ tescili alması bize fayda sağladı. Ekonomik olarak ve tarım açısından faydası var. Çünkü biz kullandığımız gilaburuyu buradaki çiftçiden alıyoruz. Talep olursa çiftçi ürününe daha iyi bakar ve yetiştirir. Paraya dönüştürür emeğini. Üretim talebi artarsa seralar vs. kurulabilir. Hatta başka şehirlere de gilaburu fidelerini gönderebiliriz. Yakında gilaburumuzu da kendimiz yetiştirmeyi düşünüyoruz. Coğrafi işaret sürdürülebilir gastronomi turizminde etkili” (Cİ Tescili Sağladığı Faydalarla Sürdürülebilirlikle İlişkilidir- Tarım ve Kırsal Kalkınma- Ekonomik Faydaları).

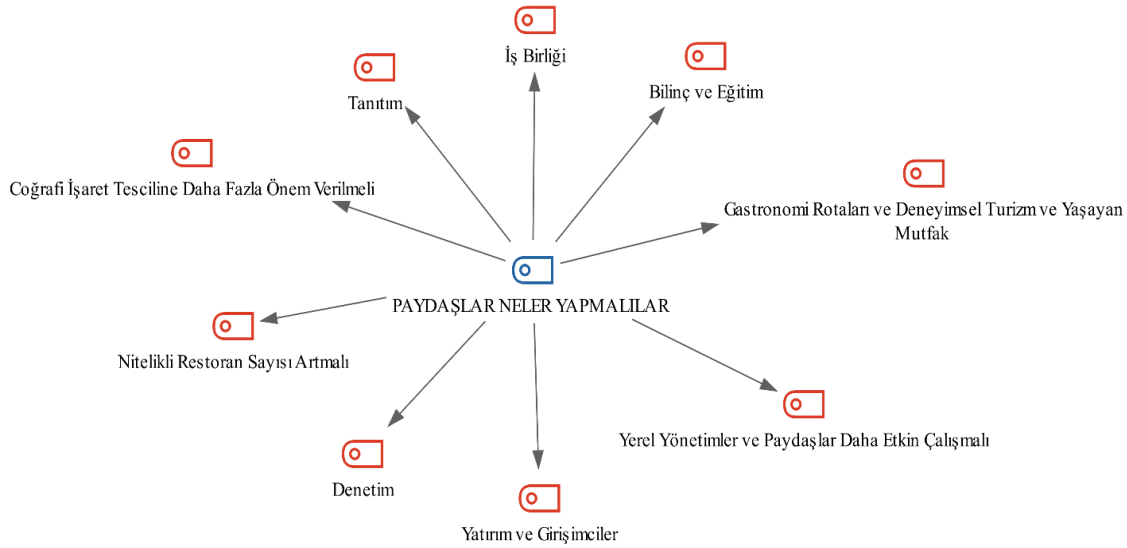
Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nde görevini sürdürmekte olan ve Kayseri ilinin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına başvurusunu gerçekleştiren ekipte yer alan K12, tarafından bu soruya verilen yanıt şu şekildedir:

“Coğrafi işaretli ürünler sürdürülebilir gastronomi turizminin sağlanmasında evet kullanılabilir. Anadolu'daki coğrafi işaretli ürünlere sahip şehirlere baktığımız zaman Kayseri'nin sayıca fazla ürüne sahip bir şehir olduğunu görmekteyiz. Bizim 2022 yılı itibariyle 26 adet ürünümüz var. Ağırlıklı olarak da gıda ürünlerinden oluşmaktadır. Gastronomi turizminin şehirde sağlanması açısından da oldukça destekleyici. UNESCO içinde turizmin şehirde daha aktif uygulanabilmesi içinde. Ancak sektörel bağlamda da bu yemeklerin sürdürülebilir bir şekilde kullanılması önemli. Biliyoruz ki coğrafi işaretli ürünler tescillenerek koruma altına alınmış ve kuşaktan kuşağa aktarılma gerekliliği bulunan ürünler. Ekonomik bağlamda da aynı şekilde. Ben coğrafi işaretli ürünlerin daha da artması ve daha etkin bir şekilde kullanılmasının gastronomi turizmine daha fazla sağlayacağını düşünüyorum. Çünkü Kayseri'ye gelen turistler yalnızca kayağa gelmiyorlar coğrafi işaretli ürünler ne kadar yayılım gösterirse restoranlarda gelen insanlar yemekleri de deneyimleyerek gastronomi turizmine katılım sağlarlar. Zaten coğrafi işaretli ürünler de bu noktada şehrin temsilcileri. Daha fazla yaygınlaştırılması gereklidir. Festivaller aracılığıyla bu sağlanabilir fakat sadece festivallerle de değil tabi ki. Ayrıca daha önce de gerçekleştirilen Gastronomi Çalıştayı gibi faaliyetlerle de gelişim sağlanabilir. 2021 de de Yahyalı El Halısının yapılması sürecinin tekrar kadınlara ve günümüz gençlerinin öğrenmesi için kurs açıldı. KAYMEK aracılığıyla. Bu örnekte de yer aldığı gibi Yahyalı da yaşayan yerel halkın bu konu da bilinçlenmesini sağlayarak sürdürülebilirliği sağlar. Bu tarz projelerle desteklenirse sürdürülebilirlik sağlanır” (Cİ Tescili Sağladığı Faydalarla Sürdürülebilirlikle İlişkilidir- Ekonomik Faydaları- Tadım Turları, Festivaller, Şenlikler, Sempozyum vb. Etkinlikler- İş Birliği- Tüketici Bilinci ve Eğitim- Coğrafi İşaret Tesciline Sahip Ürün Sayısı Artmalı).

6.7. Paydaşlar Neler Yapmalılar?

Restoran temsilcileri haricindeki çalışma grubuna sorulan “Kayseri’nin coğrafi işaretli ürünlerin bilinirliğini artırmak ve bölgesel gastronomi turizm gelişimine katkı sağlamak için bölgedeki paydaşlar vasıtasıyla ne gibi çalışmalar yapılabilir?” sorusuna verilen yanıtlar analiz edilerek 9 kategori oluşturulmuştur. Oluşturulan 9 kategori “Paydaşlar Neler Yapmalılar” teması altında incelenmiştir (Şekil 19). 10 katılımcı tarafından da verilen yerel yönetimlerin ve paydaşların daha etkin ve verimli çalışması önerisi en çok verilen yanıttır. Tanıtım kategorisi ise 9 katılımcının tanıtım konusundaki yetersizlikleri vurgulaması ve öneriler sunması sebebiyle oluşturulmuştur. Denetim, Yatırım ve Girişimciler, Nitelikli Restoran Sayısı Artmalı kategorileri de en az kodlanan kategorilerdir.

Şekil 19. Paydaşlar Neler Yapmalılar?



Kayseri İl Tarım ve Orman Müdürlüğünde gıda mühendisliği görevini sürdüren K5 görüşlerini şu şekilde aktarmıştır:

“Belediyelerin daha etkin çalışması gerekli. Çünkü önceki soruda da bahsettiğim gibi gilaburu festivali ya da Karaevrek üzümü bağ bozumu gibi şenlikler bırakın ülke

geneli Kayseri halkının bile bildiği etkinlikler değil. Bu konudaki eksiklerin giderilmesi içinde belediyelerin daha etkin ve verimli çalışması özellikle de tanıtım konusunda kendilerini geliştirmeleri gerektiğini düşünüyorum. Önce il genelinde bu bilinci ve tanıtımı başarılı bir şekilde geliştirebilirsek ülke geneline de fayda sağlar diye düşünüyorum” (Yerel Yönetimler ve Paydaşlar Daha Etkin Çalışmalı- Bilinç ve Eğitim-Tanıtım).

Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi’nde akademisyen olarak görevini sürdüren K9’un verdiği yanıt şu şekildedir:

“İlçe ilçe, bölge bölge yöresel ürünlerin tanıtımı için festivaller, çalıştaylar ve kongreler düzenlenebilir. Şu an develide adını net hatırlayamadığım bir organizasyon, girişimci kadınlardı sanırım ismi Develi de yaşayan kadınların, Develi gaceri ve buğdayından ürünler hazırlaması ve satmasına imkân sağlıyor. Bu tarz faaliyetler ve yatırımlar arttırılabilir. Mesela bir bölgede gastronominin gelişebilmesi için o şehirde gastronomi ve mutfak sanatları bölümünün yer alması gerekli. Önce eğitim anlamında gelişmeli. Çünkü bir şeyin önce bilimi sonra uygulaması gelişir. Kayseri’de yöresel yemek çok fakat uygulayan ve sunan restoran sayısı az. Şimdi bir pehli yiyelim desek gidebileceğimiz bir restoran yok maalesef. Evde yapılması mantığından çıkılmalı. Nitelikli ve yöresel ürün sunan restoran sayısının arttırılması etkili olacaktır. Gastronomi rotaları oluşturulmalı. Bu rotalarda şu burada bu yenir gibi. Antep’te bu var mesela. Katmer için bu restorana gitmelisiniz, beyran çorbası için bu restorana, sokak lezzetleri nohut dürüm için bu destinasyona gibi yönlendirmelerin ve bilgilendirmelerin olduğu rotalar mevcut. Bu anlamda Kayseri’de de gastronomi rotaları oluşturulabilir, yapılabilir. Bu alanda çalışma yapan araştırmacı sayısının da artması gerekir. Çünkü bir yemeğin tarihini ne kadar çok geliştirebilerseniz o kadar çekici hale getirebilirsiniz ve dolayısıyla da o kadar çok talep olur. Kayseri’nin turizm anlamında kalkınması için gastronomi turizminin gelişiminin önemli olduğunu düşünüyorum. Coğrafi işaretli ürünleri önemiştir çünkü söz uçar yazı kalır. Yemek kültürünün nesilden nesille aktarılması için önemli. Coğrafi

işaret günümüzde var olan reçetelerin unutulmaması ve geleceğe aktarılmasında önemlidir. Fakat Kayseri’de bu sayı nasıl dersiniz yetmez ama evet. Evet bir yatırım var ama yetmez ülke genelinde yüksek kalsa da coğrafi işaretli ürün sayısı, gastronomi şehri olmak için yetersiz. Bu konuda daha fazla yatırım yapılmalı. Bu sayı artarsa gastronomi kültürü artar. Kültür gelişirse seyahat artar ve turizm faaliyeti artar. Bu da şehir bilincini arttırarak bir döngü oluşturacak” (Gastronomi Rotaları ve Deneyimsel Turizm ve Yaşayan Mutfak- Nitelikli Restoran Sayısı Artmalı- Yatırım ve Girişimciler- Bilinç ve Eğitim- Tanıtım- Coğrafi İşaret Tesciline Daha Fazla Önem Verilmeli).

ORAN Kalkınma Ajansı ve Kayseri Ticaret Odası’nda Coğrafi İşaret Tescili konusunda uzman olarak çalışmış aynı zamanda bu konuda kitapları bulunan K14’ün görüşü şu şekildedir:

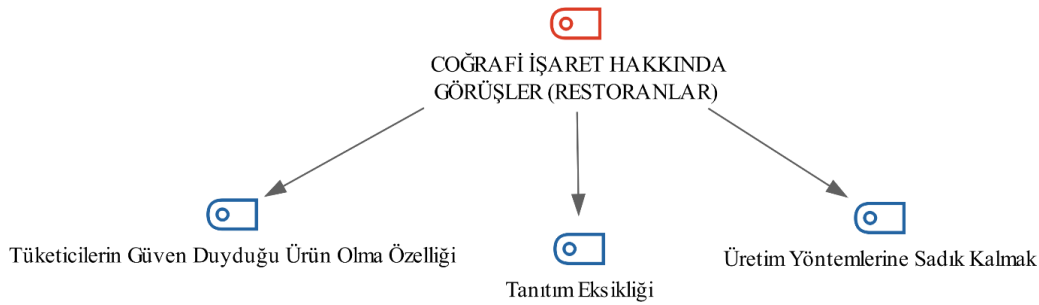
“Tescil işlemine sonrasında denetim, yönetim hususlarına dikkat etmelisin. Üreticiyi eğitmek lazım. Üretici kazanırsa tüketicide kazanır ve dolayısıyla bölgesel gastronomide coğrafi işaretli ürünler aracılığıyla sürdürülebilirlik sağlanır. İnsanlar eğer ürün tanıtımı başarılı bir şekilde yapılmışsa merak ederek ürünü yerinde tatmak ve ürüne erişebilmek istiyorlar. Bu açıdan da örneğin Kayseri Ticaret Odası bu konuda başarılı çalışmalar yapıyorlar. Birçok ürünün tescil almasında faydaları oldu. Tamam burada ürün tescillendi, ticaret odası üzerinde düşen görevi yaptı. Peki sonrasındaki süreç. İşte bu konu da ürünün yer değiştirmesi gerekli artık restoranlar, üreticiler, oteller bu paydaşları bir araya getirip kararlar alarak doğru sunum, yemeğin hikayesi gibi konuları sergilemek. Turiste tüketiciye aktarmak tanıtmak lazım. Tüketici algısı artık geleneksel ürünleri tanımak ve yerinde tatmak ve hikayesini bilmek istiyor. Bu da turizmi destekliyor. Dolayısıyla coğrafi işaretli ürünler sürdürülebilir turizm için önemli ve kullanılabilir. Ürünün tescili sonrasında yaşatılması gerekiyor. Örneğin Kayseri mantısıyla öne çıkan tanınan bir şehirse bir sürü mantı evi olmalı. Baktığımız da Kayseri’de nerdeyse bir tane mantı evi bile yok. Yaşayan mutfak uygulaması önemli. Doğru paketlenme, araştırmalar, dondurma, saklama gibi analizler yapılmalı bunu da yine en iyi üniversite yapar.

Üniversiteler çok çalışmalı. Coğrafi işaret kanunu var amblemler belirlendi. Bu konuda da eksiklikler mevcut tüketicinin amblemi tanınması lazım. Bunun içinde radyo, tv, kamu spotları, yazılı basın aracılığıyla ürünün güvenilir olduğunu yöresel olduğunu bilmesi lazım. Bu da tüketimi doğrudan etkiler ve bu konu daha fazla dikkat çeker. Festivaller, çalıştaylar, sempozyumlar da tanıtıma fayda sağlar” (Denetim- Gastronomi Rotaları ve Deneyimsel Turizm ve Yaşayan Mutfak- Nitelikli Restoran Sayısı Artmalı- Yatırım ve Girişimciler- Bilinç ve Eğitim- Tanıtım- Coğrafi İşaret Tesciline Daha Fazla Önem Verilmeli).

6.8. Coğrafi İşaret Tescili Hakkında Görüşler

Restoran temsilcilerine yönlendirilen “Coğrafi işaretli ürünler hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusuna verilen yanıtlar “Coğrafi İşaret Hakkında Görüşler” teması altında 3 kategoride sınıflandırılmıştır (Şekil 20). Katılımcı 2 bilgisi olmadığını belirterek cevap vermemiştir. K3 ise net bilgisi olmadığını belirterek “Kayseri’ye özgü ürünlerin tescillenmesi sanırım” cümlesini eklemiştir.

Şekil 20. Coğrafi İşaret Tescili Hakkında Görüşler



Kadın bir girişimcinin kurduğu ve işlettiği, Kayseri mutfağının yöresel ürünlerini sunan restoran zincirinin yöneticisi olan K1, coğrafi işaretli ürünler hakkındaki düşüncelerini şu şekilde aktarmıştır:

“Bizim gerek restoranlarımızda gerekse yöresel ürünleri sattığımız mağazalarımızda coğrafi işaret tesciline sahip ürünler bulunmaktadır. Coğrafi işaretli ürünlerin tescilli olduğunu tüketiciye vurguluyoruz. Genelde insanlar ne olduğunu bilmeseler de sorduklarında yapılan açıklamayı beğeniyorlar. Ürünlerin ambalajlarında tescilli olduklarını belirten amblemler yer alıyor. Önemli ve başta Kayseri sonra ülke mutfağı adına önemli bir uygulama olduğunu düşünüyorum” (Tüketicilerin Güven Duyduğu Ürün Olma Özelliği- Üretim Yöntemlerine Sadık Kalmak).

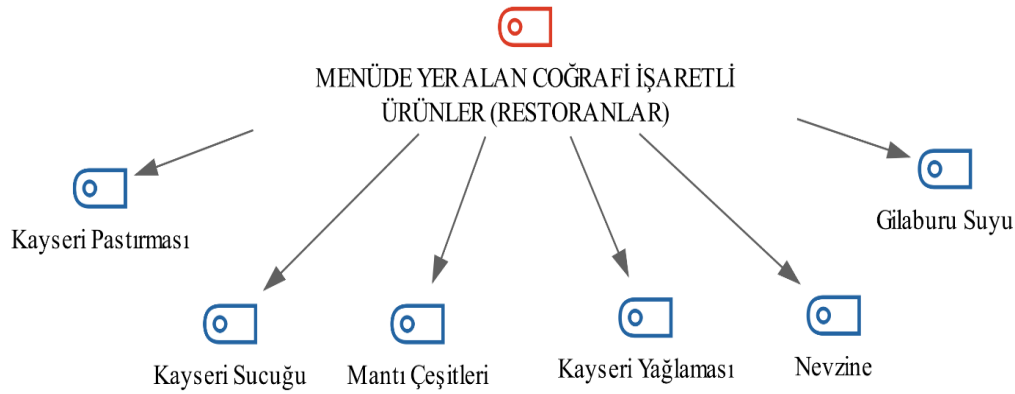
Yöresel ürünler sunan bir restoranda 10 yılı aşkın bir süredir restoran yöneticisi olarak görevini sürdüren K4, coğrafi işaretli ürünler hakkındaki düşüncelerini şu şekilde aktarmıştır:

“Evet biliyorum. Gilaburu mesela birçok Türk vatandaşı dahi faydalı olduğunu bilmiyor ve faydasının tanıtılması satışında faydalı olur diye düşünüyorum. Yine coğrafi işaretli ürünlerin reklam ve tanıtımında eksiklik olduğunu düşünüyorum. Coğrafi işaretli ürünleri hakkıyla tanıtmak, hazırlamak ve sunmak oldukça önemli. Reçetelerine sadık kalmak önemli. Kayseri de bu konuya önem veren ve hakkıyla yapan işletme sayısı 10’u geçmez” (Tüketicilerin Güven Duyduğu Ürün Olma Özelliği- Üretim Yöntemlerine Sadık Kalmak- Tanıtım Eksikliği).

6.9. Menüde Yer Alan Coğrafi İşaretli Ürünler

Restoran temsilcilerine yönlendirilen *“İşletmenizde coğrafi işaretli gıda ürünleri kullanıyor musunuz? Cevabınız “Evetse” hangi ürünler menünüzde yer almaktadır?”* sorusuna verilen yanıtlar *“Menüde Yer Alan Coğrafi İşaretli Ürünler”* teması altında 6 kategoride sınıflandırılmıştır (Şekil 21). Temsilcilerinin katıldığı 4 restoranın menüsünde de Kayseri Sucuğu, Kayseri Mantısı, Kayseri Yağlaması ve Kayseri Pastırması yer almaktadır. Kayseri mutfağına ait tepsi mantısı, yağ mantısı gibi diğer mantı çeşitleri, nevzine tatlısı ve gilaburu suyu ise yalnızca 2 restoranın menüsünde yer almaktadır.

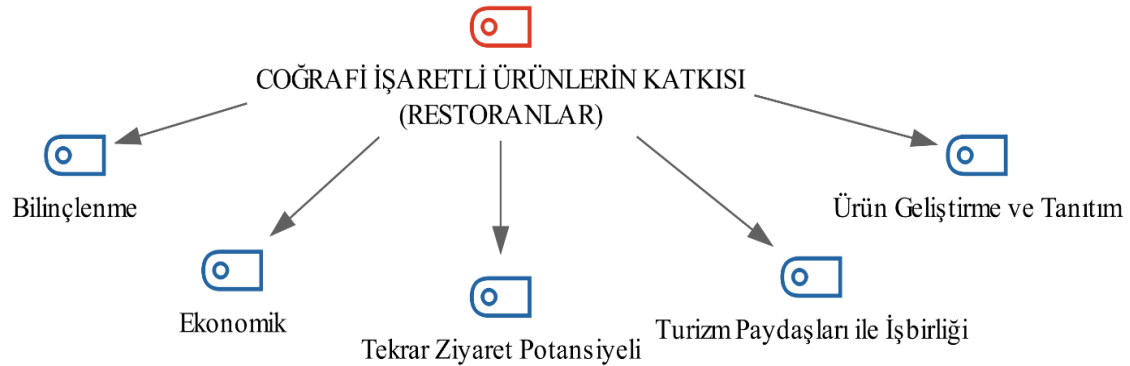
Şekil 21. Menüde Yer Alan Coğrafi İşaretli Ürünler



6.10. Coğrafi İşaretli Ürünlerin Restoran İşletmelerine Katkısı

Restoran temsilcilerine yönlendirilen “Coğrafi işaretli ürünlerin kullanımının işletmenize katkı sağlaması için neler yapılabilir?” sorusuna verilen yanıtlar “Coğrafi İşaretli Ürünlerin Katkısı” teması altında verilen tüm yanıtlar incelenerek 5 kategoride sınıflandırılmıştır (Şekil 22).

Şekil 22. Coğrafi İşaretli Ürünlerin Restoran İşletmelerine Katkısı



Kadın bir girişimcinin kurduğu ve işlettiği, Kayseri mutfağının yöresel ürünlerini sunan restoran zincirinin yöneticisi olan *K1*, coğrafi işaretli ürünlerin restoran işletmelerine daha fazla katkıda bulunmasına yönelik şu önerilerden bahsetmiştir:

“Katki sağlıyor zaten belki insanlar tescilli olduğunu bilmeseler de Kayseri mantı gibi yöresel yemekleri denemek için geliyorlar. Bizim işletme olarak elimizden geleni yaptığımızı düşünüyorum. Bu konuda genel bir bilinç ve iş birliği daha fazla katkı sağlar” (Bilinçlenme- Turizm Paydaşları ile İş Birliği).

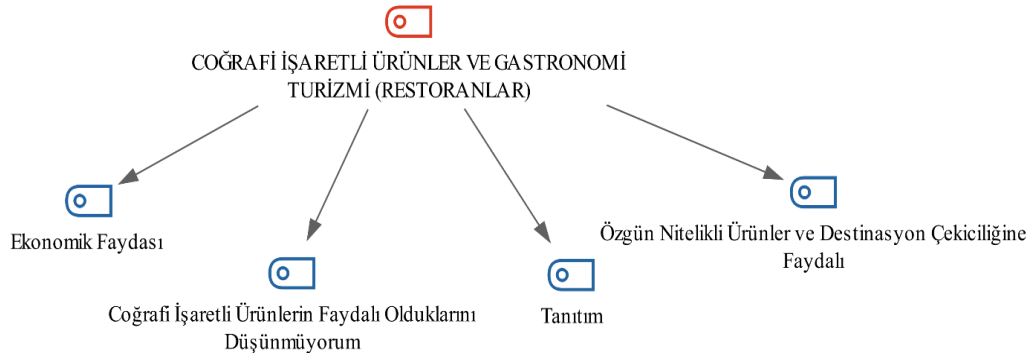
Yöresel ürünler sunan bir restoranda 10 yılı aşkın bir süredir restoran yöneticisi olarak görevini sürdüren K4, coğrafi işaretli ürünlerin restorana yaptığı katkı hakkındaki izlenimlerini şu şekilde aktarmıştır:

“Katki sağlıyor çünkü internette de tanıtımımızın başarılı olduğunu düşünüyorum. Kayseri’ye yolu düşen ve ağırladığımız yerli-yabancı turistler tekrar Kayseri yemeklerini yemek için bize geliyorlar. Kısaca adı bilinen coğrafi işaretli ürünlerin menülerde yer alması tekrar ziyaret etme sebebini etkiliyor, tanıtıma da fayda sağlıyor” (Tekrar Ziyaret Potansiyeli- Ürün Geliştirme ve Tanıtım- Ekonomik).

6.11. Restoran Yöneticileri Perspektifinden Coğrafi İşaretli Ürünler ve Gastronomi Turizmi

Restoran temsilcilerine yönlendirilen “Coğrafi işaretli ürünlerin işletmelerde kullanımının gastronomi turizmi açısından ne gibi faydaları olabilir?” sorusuna verilen tüm yanıtlar analiz edilerek “Coğrafi İşaretli Ürünler ve Gastronomi Turizmi” teması oluşturularak verilen yanıtlar 4 kategoride sınıflandırılmıştır (Şekil 23). Restoran temsilcilerinden 3’ü tanıtım konusuna vurgu yapmıştır.

Şekil 23. Coğrafi İşaretli Ürünler ve Gastronomi Turizmi



Kadın bir girişimcinin kurduğu ve işlettiği, Kayseri mutfağının yöresel ürünlerini sunan restoran zincirinin yöneticisi olan K1 tarafından verilen yanıt şu şekildedir:

“Ürünlerin tanıtımı için faydası olabilir fakat halk insanlar genelde bu konuda bilgi sahibi değiller. Belki coğrafi işaretli olduğunu bizim gibi gerek tanıtım gerek amblemlerle gelen misafirlere tanıtımı akılda kalıcı olur ve halk da bu konuda bilgi sahibi olur. Fakat bunun da kesin bir çözüm olduğunu düşünmüyorum. Çünkü birçok işletme dahi bilmiyor” (Tanıtım).

Kayseri mutfağına ait yöresel ve coğrafi işaretli ürünleri sunan restoran yöneticisi K2 görüşünü şu şekilde aktarmıştır:

“Coğrafi İşaret uygulamasının gastronomi turizmine faydalı olacağını düşünmüyorum” (Coğrafi İşaretli Ürünlerin Faydalı Olduklarını Düşünmüyorum).

Kayseri mutfağına ait yöresel ve coğrafi işaretli ürünleri sunan restoran yöneticisi K3 soruyu şu şekilde yanıtlamıştır:

“Mesela Antep denince akla ilk baklava, katmer, beyran çorbası gelir. Bu tarz bilinen ürünlerin menülerde yer alması faydalı. Çünkü turistler gittikleri yerlere özgün ürünleri tatmak isterler veya sadece merak ettikleri yöresel ürünleri denemek için seyahat ederler. Bu açıdan menülerde yer alması turist çeker ve ekonomik fayda sağlar. Bölgelerin mutfağının tanıtımında restoranlar önemli bir araç” (Özgün Nitelikli Ürünler ve Destinasyon Çekiciliğine Faydalı- Tanıtım- Ekonomik Faydası).

Yöresel ürünler sunan bir restoranda 10 yılı aşkın bir süredir restoran yöneticisi olarak görevini sürdüren K4, coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmine olan katkısına yönelik görüşleri şu şekildedir:

“Kayseri Erkilet Havalimanı’na çok fazla Japonya’dan, Güney Kore’den ve Çin’den turist geliyor. Gelen turistler Kayseri’yi gezmeden ve yemeklerini yiyemeden Kapadokya’ya gidiyorlar. Ben Kayseri’de de durmalarını ve tarihi mekanlarını gezmelerinin faydalı olacağını düşünüyorum. Zaten yabancı turistlere yönelik bizim gibi tanıtımını başarılı yapan işletmeler kazanıyor. Kapadokya’ya giden turistleri çekebilmenin gastronomi turizmine fayda sağlayacağını düşünüyorum” (Tanıtım- Ekonomik Faydası).



TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Sürdürülebilir gastronomi turizmi, gastronomi deneyimleri ve faaliyetlerinin sürdürülebilirlik ilkeleri ışığında yürütülmesine dayanmaktadır (Durlu-Özkaya, Sünnetçioğlu ve Can, 2013). Başka bir deyişle sürdürülebilir gastronomi turizmi ile turizm faaliyetlerinin uygulandığı destinasyonlarda yerel gastronomik değerlerin korunması, yerel halkın ve kırsal alanların kalkınması amaçlanmaktadır. Bu bağlamda sürdürülebilir gastronomi turizmi gastronomik değerlere, kültürel mirasa, kırsal alanlara yönelişi ifade eden bir yaklaşımdır. Bu yönüyle de sürdürülebilir gastronomi turizmi alternatif bir turizm türünden fazlasıdır (Baran ve Karaca, s. 254, 2021). Çünkü sürdürülebilir gastronomi turizmi yerel zenginliklere, çevreye ve kültürel mirasa saygı duyan bir tavır sergilemektedir. Gastronomi turizmine katılan gastro-turistlerin temel seyahat motivasyonu, bir destinasyonun özgün mutfak kültürünü, lezzetlerini ve geleneklerini tanıma merakıdır (Çavuş ve Eker, 2022). Bu sebeple coğrafi işaret tesciline sahip gıda ürünleri, sürdürülebilir gastronomi turizminde önemli bir yere sahiptir. Coğrafi işaret tescili ve sürdürülebilir gastronomi turizminin ortak hedefleri bulunmaktadır. Bu hedefler; kültürel mirasın korunması, ekonomik kalkınma, sürdürülebilir tarım, sürdürülebilir gıda sistemleri ve turizmde sürdürülebilirlik bilincinin artması şeklindedir (Güngör ve Kök, 2021).

Bu tez araştırmasında, Kayseri ilinin gastronomi turizmi potansiyeli, turizmin mevcut durumu ve sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında ilin coğrafi işaretli ürünlerinin yeri ve önemini keşfetmek amaçlandığından dolayı turizm paydaşlarından olan yerel yönetimleri, turizm arz sağlayıcıları, coğrafi işaret tescili konusunda çalışmalar gerçekleştirmiş katılımcılarla görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda Kayseri ilinin gastronomi turizmi potansiyelini ve bu potansiyel içerisinde coğrafi işaretli ürünlerin etkisini ortaya çıkartabilmek amacıyla 4 adet sorusu tüm katılımcılara yöneltilmiştir. 2 adet soru yalnızca; akademisyen, kooperatif temsilcisi ve Kayseri'nin coğrafi işaretli ürünlerinin tescil işlemini gerçekleştiren kurum temsilcilerine yöneltilmiştir. Soru formuna yer alan 4 soru ise yalnızca restoran temsilcilerine yöneltilmiştir. Görüşmelerden

elde edilen verilerin analizi sonucunda toplam 10 adet ana temaya ulaşılmıştır. Gerçekleştirilen araştırma kapsamında toplanan verilerin değerlendirilmesi doğrultusunda elde edilen sonuçlar ve sonuçlara yönelik geliştirilen öneriler aşağıda yer almaktadır.

Katılımcılara yöneltilen birinci soru *“Kayseri’nin yerel kalkınmasında turizmin etkili olduğunu düşünüyor musunuz? Cevabınız “Evetse” bu etki hangi turizm türü/leri sayesinde oluşmaktadır? Cevabınız “Hayırsa” nedenini açıklayınız?”* şeklindedir. Bu sorunun temel amacı Kayseri’de uygulanan turizm türlerinin yerel ekonomiye etkisi hakkında katılımcıların düşüncülerini derinlemesine keşfetmektir. Katılımcıların soruya verdikleri yanıtlar neticesinde Kayseri’nin kış turizmi ile öne çıkan bir destinasyon olduğu ve kış turizminin ekonomik paydada yerel kalkınmaya katkısı olduğu sonucuna varılmıştır. Kış turizminin ardından 8 katılımcı tarafından verilen yanıtlar incelendiğinde kültür ve tarih turizminin, Kayseri’de en etkili 2. turizm alternatifi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca bu soruya verilen yanıtlar arasında ve diğer soruların yanıtlarında diaspora turizmine yönelik ifadeler yer almaktadır. Diaspora turizmi; farklı sebeplerle ülkelerinden başka ülkelere giden bireylerin, kendi ülkelerine yaptıkları seyahatler şeklinde tanımlanmaktadır. Diaspora turizminde, turistler genellikle akrabalarında veya ülkelerinde bulunan konaklama işletmelerinde bir süre konaklamaktadırlar. Turistler geçirdikleri süre boyunca yabancı turistler kadar fazla olmasa da çeşitli harcamalarda bulunarak özellikle yerel esnafa ekonomik anlamda katkı sağlamaktadırlar (Newland ve Taylor, 2010). 2. Dünya Savaşı sonrasında, Avrupa ülkelerinde yaşanan insani iş gücü kaybı sebebiyle iş gücü açısından zengin ülkelere, 1950 ve 1970’li yıllar arasında işçiler çeşitli Avrupa ülkelerine davet edilmiştir. Bu davet neticesinde 1961 senesinde Türkiye ve Almanya arasında anlaşma imzalanmıştır (Çelikoğlu ve Atış, 2022). Anlaşma neticesinde Almanya’da çalışmak isteyen Türk işçiler göç etmeye başlamışlardır. Kayseri’de yaşayan birçok Türk vatandaşı da Almanya, Belçika, Fransa gibi çeşitli Avrupa ülkelerinde çalışmak için göç etmiştir. Günümüzde ise geçmişte yurtdışına yerleşen işçiler ve aileleri, Kayseri’ye akrabalarını ziyaret amaçlı seyahat etmektedirler. Bu bilgilerden hareketle

Kayseri'nin yerel kalkınmasına etki eden turizm alternatiflerinden birisinin de diaspora turizmi olduğunu söylememiz mümkündür.

Katılımcılara yöneltilen bir sonraki soru “*Kayseri'nin gastronomi turizmi potansiyeline dair görüşleriniz nelerdir?*” şeklindedir. Bu sorunun temel amacı; Kayseri'nin gastronomi turizmi potansiyelini ve turizmin mevcut durumunu, katılımcıların bakış açısı ile derinlemesine inceleyebilmektir. Katılımcıların 13'ü tarafından verilen yanıtlar incelendiğinde Kayseri'nin gastronomi turizmi açısından yüksek bir potansiyele sahip olduğu anlaşılmaktadır. 11 Katılımcı tarafından, Kayseri'nin gastronomi turizmi açısından yüksek bir potansiyele sahip olmasındaki temel dayanak “zengin bir mutfak geçmişine” sahip olmasıdır. Ayrıca katılımcılar tarafından verilen yanıtlar incelendiğinde; Kayseri'nin gastronomi turizmi açısından yüksek bir potansiyele sahip olmasına karşın, gastronomi turizminde öne çıkan bir şehir olmamasındaki nedenlere ilişkin yorumları da yer almaktadır. 10 katılımcı, Kayseri'nin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu potansiyeli kullanamama sebebini tanıtım ve pazarlama eksikliklerine bağlamıştır. Gastronomi turizminde tanıtım ve pazarlama stratejileri ile destinasyonun sahip olduğu potansiyel kullanılarak, turizm destinasyonu imajı yaratılması önemlidir. Gastronomi turizminde bu potansiyeli oluşturan destinasyonun yerel lezzetleri, mutfak kültürü ve turist deneyimleridir. Pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinde bu potansiyel kullanılarak, hedef kitlenin dikkatini çekmek amaçlanmaktadır. Bulgulardan hareketle gastronomi turizmi ile öne çıkan destinasyonların başarıları incelendiğinde, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin etkin bir şekilde uygulandığı görülmektedir. Bu destinasyonlara Fransa, İtalya, İspanya örnek gösterilmektedir (Erbay ve Sabur, 2022).

Katılımcılara yöneltilen soru 3, “*Kayseri'nin Gaziantep ve Hatay gibi önemli bir gastronomi destinasyonu olması için neler yapılmalıdır?*” şeklindedir. Bu sorunun temel amacı Kayseri'nin gastronomi turizminde öne çıkan bir destinasyon olması konusunda katılımcıların düşüncelerini keşfetmektir. Katılımcıların yanıtları incelendiğinde 13 katılımcı tarafından tanıtım konusuna önem verilmesi gerekliliği belirtilmiştir. 10

katılımcı tarafından paydaşlar arasında iş birliği ve koordinasyonun daha kuvvetli olması bir çözüm olarak sunulmuştur. Toplam 7 katılımcı ise Kayseri’de yöresel ürünleri sunan restoran sayısının yetersiz olduğu belirtilmiş ve çözüm olarak nitelikli restoran sayısının artması önerisi sunulmuştur. 2 katılımcı ise bu problem karşısında girişimcilerin faaliyetlerinin önemli olduğunu vurgulamışlardır. 1 katılımcı tarafından ise Kayseri’nin gastronomi turizminde öne çıkan bir destinasyon olması için deneyimsel turizm, gastronomi rotaları ve yaşayan mutfak uygulamalarının etkin bir şekilde uygulanması önerisi sunulmuştur. Ayrıca 3 katılımcı tarafından verilen yanıtlarda Kayseri’ye ait yöresel ürünlerin geliştirilerek yeni ürünlerde kullanılması önerisi geçmektedir. K11 bu konu hakkında “...Ayrıca mesela bizim gilaburumuzun dondurması var, çayı var, reçeli var. Mutfak kültürü içerisindeki ürünlerin çeşitliliği artarsa fayda sağlayabilir” şeklinde örnek vererek önerisini sunmuştur. Ayrıca K7 ve K9 tarafından verilen yanıtlarda, Kayseri’de alkol tüketen turistlere yönelik restoranların bulunmayışının gastronomi turizmi açısından olumsuz bir durum olması yanıtı dikkat çekmektedir. Işkın, (2020), “Bir Destinasyonun Gastronomi Turizmine Uygunluğunun Belirlenmesi Üzerine Keşifsel Bir Araştırma” başlıklı tez çalışmasında Türkiye’nin gastronomi turizmi arz kaynaklarını değerlendirilmiştir. Özellikle Anadolu şehirlerinin gastronomi turizmi ile öne çıkan destinasyonlar olamamasında alkollü içecek servisi yapan nitelikli restoranların bulunmaması durumunun etkili olduğu sonucuna varmıştır (Işkın, s. 256, 2020). Kayseri, muhafazakâr bir yapıya sahip Anadolu şehirlerinden birisidir. Ancak Kayseri’nin gastronomi turizmi ile öne çıkan bir destinasyon olabilmesinde turistlerin tercih ettiği ürünlerin restoran işletmelerinde sunulması önemli bir rol oynayacaktır.

Katılımcılara yöneltilen soru 4, “*Kayseri’nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına gastronomi alanından girmesine yönelik çalışmalarınız bulunmakta mıdır? Bu konuda neler yapılabilir?*” şeklindedir. Katılımcıların 10’u bu konuda çalışmaları bulunduğunu ifade etmiştir. “*Neler yapılabilir?*” sorusu için ise 11 katılımcı bu konuda kurum, kuruluş ve turizm paydaşları arasında gerçekleştirilecek iş birliği ve projelerin önemli olduğunu belirtmiştir. Katılımcılardan 9’u kitap, dergi, el broşürleri vb. yazılı kaynakların

hazırlanması ve ayrıca internet ortamında da tanıtım faaliyetlerinin etkin bir şekilde uygulanması beyan edilmiştir. 5 katılımcı ise coğrafi işaret tescilinin önemli bir konu olduğu ve bu konuda halka coğrafi işaretli ürünlerin güvenilir olduklarının vurgulanması gerekliliği belirtilmiştir. 8 katılımcı tarafından ise Kayseri'nin mutfak kültürünü oluşturan bileşenleri araştırarak, geliştirerek ve yazılı hale getirerek envanter oluşturma'nın önemli olduğu belirtilmiştir. 3 katılımcı ise festivaller, şenlikler vb. etkinlikler vasıtasıyla halka yöresel ürünlerin ve coğrafi işaretli ürünlerin tanıtılması gerekliliği beyan edilmiştir. Katılımcılar böylece halkta coğrafi işaret tesciline ve gastronomiye yönelik bir bilinç oluşabileceğini vurgulamıştır. Uygurtürk ve Güner (2021), tarafından gerçekleştirilen çalışmada katılımcıların bu önerilerine paralel sonuçlara ulaşılmıştır. Araştırma sonucunda; coğrafi işaretli ürünlere yönelik tüketici bilincin yaratılması, ürünlerin talebini etkileyerek üreticileri teşvik etmektedir. Ayrıca çalışmada coğrafi işaret bilincinin yaratılmasında farklı yaş gruplarına hitap edecek şekilde uygulamaların düzenlenmesi de önemli bir rol oynamaktadır. Örneğin gençlere ve okul çağı çocuklarına yönelik eğitimlerin geliştirilmesi gerekmektedir.

“Coğrafi işaretli ürünler Kayseri'nin sürdürülebilir gastronomi turizminin sağlanabilmesi için kullanılabilir mi? Kayseri'nin coğrafi işaretli gıda ürünleri ilin sürdürülebilir gastronomi turizmi gelişimi açısından nasıl bir etkiye sahiptir? (Coğrafi işaretli ürünler Kayseri'nin sürdürülebilir gastronomi turizminin sağlanabilmesi için kullanılabilir mi?)” şeklindedir. Katılımcılardan 8'i coğrafi işaret tescili ve sürdürülebilir gastronomi turizmi arasındaki güçlü bağa dikkat çekmiştir. Yine 8 katılımcı tarafından verilen yanıtta, Kayseri'nin sahip olduğu coğrafi işaretli ürünlerin ve tescil uygulamasının faydalarının halka tanıtılması gerekliliği vurgulanmıştır. Ayrıca K7 ve K9 tarafından verilen yanıtlar incelendiğinde Kayseri'de coğrafi işaret tescilini gerçekleştiren resmi bir kurumun kurulması önerisi geliştirilmiştir. K7'nin cevabı şu şekildedir: *“...Belki gelecekte tescil işlemlerini gerçekleştiren bir kurum kurulur ve ürünler tek çatı altında toplanır. Güncel olarak en fazla ürün başvurusu ve tescil hakkı kazanan kurum bizim yani Kayseri Ticaret Odası. Halihazırda çalıştığımız 10 ürünümüz var...”* Katılımcılardan 4'ü

Kayseri’ye ait coğrafi işaretli ürünlerin, sürdürülebilir gastronomi turizminde etkin ve verimli bir biçimde kullanılması için halkın yani tüketicinin ve üreticinin coğrafi işaret tescili hakkında bilinç ve eğitiminin önemli olduğunu vurgulamıştır. Katılımcılardan 1 tanesi coğrafi işaretli ürünlerin uluslararası tanınırlığı ve korunabilmesi için Avrupa Birliği Komisyonuna gerçekleştirilen başvuruların önemli olduğunu belirtmiştir. Türk Patent ve Marka Kurumu’nun Coğrafi İşaret Portalı sitesinde (2023), yer alan verilere göre Türkiye’nin toplamda 1382 adet coğrafi işaret tesciline sahip ürünü bulunmaktadır. 1382 adet üründen yalnızca 11 tanesi Avrupa Birliği Komisyonu tarafından tescil hakkı kazanmıştır. Sabur ve Güneş (2022), “Avrupa Birliği’nde Coğrafi İşaretleme ve Türkiye’nin Gastronomi Turizmi Açısından Önemi” başlıklı bildirilerinde; Türkiye’nin sahip olduğu coğrafi işaretli ürünlerin uluslararası tanınırlığını sağlamak, ülkeler arasındaki haksız rekabeti önlemek ve gastronomi turizminin sürdürülebilirliği için Avrupa Birliği Komisyonu’na gerçekleştirilecek başvuruların önemine değinmişlerdir. Türkiye’de coğrafi işaret tesciline sahip ürün sayısı ve Avrupa Birliği tarafından tescillenen ürün sayısı karşılaştırıldığında, tescilli ürün sayısının artması gerekliliği açıktır.

Katılımcılara yöneltilen soru 6 “*Kayseri’nin coğrafi işaretli ürünlerin bilinirliğini artırmak ve bölgesel gastronomi turizm gelişimine katkı sağlamak için bölgedeki paydaşlar vasıtasıyla ne gibi çalışmalar yapılabilir?*” şeklindedir. Bu soruda, Kayseri’de coğrafi işaretli ürünlerin bilinirliği ve gastronomi turizminin gelişimi hakkında paydaşların düşüncelerini keşfetmek amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda soru akademisyen, kooperatif temsilcisi ve Kayseri’nin coğrafi işaretli ürünlerinin tescil işlemini gerçekleştiren kurum temsilcilerine yöneltilmiştir. Katılımcıların tamamı “yerel yönetimlerin ve paydaşların daha etkin ve verimli çalışması” yanıtını vermiştir. 9 katılımcı, “tanıtım” konusundaki yetersizliklere dikkat çekmiştir. Katılımcılardan 8’i paydaşlar arasında “iş birliğinin” önemli olduğunu vurgulamıştır. 2 katılımcı, Kayseri’de yöresel yemeklerin en iyisinin evde yapılması mantığının yaygın olması durumunun; ilde gastronomi turizminin gelişimi açısından bir engel olduğu belirtilmiştir. 2 katılımcı ise

üniversitelerin bu konuda etkin çalışabilecek kurumlardan birisi olduğu ve Kayseri’de yer alan üniversitelerde, gastronomi ve mutfak sanatları bölümünün bulunması gerekliliği beyan edilmiştir. K9’un yanıtında bu durum şu şekilde ifade edilmiştir: *“Mesela bir bölgede gastronominin gelişebilmesi için o şehirde gastronomi ve mutfak sanatları bölümünün yer alması gerekli. Önce eğitim anlamında gelişmeli. Çünkü bir şeyin önce bilimi sonra uygulaması gelişir. Rektörümüz Kurtuluş Hoca’nın böyle bir sözü vardır. Kayseri’de yöresel yemek çok fakat uygulayan ve sunan restoran sayısı az. Şimdi bir pehli yiyelim desek gidebileceğimiz bir restoran yok maalesef. Evde yapılması mantığından çıkılmalı. Nitelikli ve yöresel ürün sunan restoran sayısının arttırılması etkili olacaktır...”*

Restoran temsilcilerine yönlendirilen *“Coğrafi işaretli ürünler hakkında ne düşünüyorsunuz?”* şeklindedir. Bu sorunun temel amacı restoran yöneticilerinin coğrafi işaret tescili hakkındaki genel bilgi düzeylerini keşfetmektir. Verilen yanıtlar incelendiğinde; 4 restoran temsilcisinden 2’sinin coğrafi işaret tescili hakkında bilgisinin bulunmadığı, 2’sinin ise tescil uygulamasını ve amaçlarını bildiği sonucuna varılmıştır. Katılımcılardan 2’si tarafından, coğrafi işaretli ürünlerin reçetelerine sadık kalınmasının önemini belirtmiştir. Ayrıca 2 katılımcı, yöresel ürünleri başarılı bir şekilde hazırlayıp, sunan ve tanıtabilen restoranların, tekrar ziyaret edildikleri yönünde bir bilgi paylaşmıştır. Katılımcıların bu beyanını literatürde de doğrulayan çalışmalar yer almaktadır. Restoran işletmeleri ve tüketici sadakati arasındaki güçlü bağ tekrar ziyaret etme niyetini olumlu yönde etkilemektedir. Bu bağlamda bir destinasyonun gastronomik çekiciliğini oluşturan coğrafi işaret tesciline sahip gıda ürünlerinin restoran menülerinde yer alması ve başarılı sunumu turistlerin restoran tercihlerinde önemli bir rol oynamaktadır (Mil ve Denk, 2015; Cömert ve Özata, 2016).

Restoran temsilcilerine yönlendirilen *“İşletmenizde coğrafi işaretli gıda ürünleri kullanıyor musunuz? Cevabınız “Evetse” hangi ürünler menünüzde yer almaktadır?”* şeklindedir. Bu sorunun temel amacı restoran menülerinde yer alan yöresel ürün yelpazesi hakkında bilgi sahibi olmaktır. Yanıtlar incelendiğinde çalışma kapsamında görüşülen ve

ziyaret edilen 4 restoran menüsünde de Kayseri’ye ait en fazla bilinen ve tüketilen coğrafi işaretli ürünlerin yer aldığı tespit edilmiştir. Ayrıca 2 restoranda ise nadiren ev mutfakları haricinde hazırlanan ve henüz yaygın olarak ticarileştirilmemiş yöresel ürünlerin de menülerde yer aldığı tespit edilmiştir.

Restoran temsilcilerine yönlendirilen *“Coğrafi işaretli ürünlerin kullanımının işletmenize katkı sağlaması için neler yapılabilir?”* sorusuna restoran temsilcilerinin tamamı tarafından, yöresel ürünlerin menülerinde yer almasının zaten bir katkısı olduğu bildirilmiştir. Katılımcılardan 2’si yöresel ürünleri merak eden ve deneyimlemek isteyen ziyaretçiler tarafından tercih edildiklerini belirtmişlerdir. Bu durumu katılımcılar; yöresel ürünlerin menülerde yer almasının restoran tanıtımına olan katkısı şeklinde değerlendirmişlerdir.

Restoran temsilcilerine yönlendirilen son soru, *“Coğrafi işaretli ürünlerin işletmelerde kullanımının gastronomi turizmi açısından ne gibi faydaları olabilir?”* şeklindedir. Katılımcılardan 1 tanesi, coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi açısından faydası olmayacağı düşüncesinde olduğunu belirtmiştir. Katılımcılardan 3’ü coğrafi işaretli ürünlerin tanıtımına ve bilinirliğine katkı sağlayacağını belirterek dolayısıyla da gastronomi turizmine faydası olacağını ilave etmişlerdir. Ayrıca 1 katılımcı; tanıtım konusunda coğrafi işaret tesciline sahip ürünlerde kullanılma zorunluluğu bulunan amblem ve logoların kullanımının, tüketicilerin ürünleri tanınması açısından önemli olduğu vurgulanmıştır. 2 katılımcı tarafından, coğrafi işaretli ürünlerin özgün nitelikli ürünler olması sebebiyle destinasyon çekiciliğine faydası olduğu cevabı verilmiştir. Mevcut literatürde de katılımcıların bu beyanını doğrular nitelikte birçok çalışma yer almaktadır. Coğrafi işaretli gıda ürünleri, gastronomi turizmi açısından destinasyon çekiciliğine önemli bir katkı sağlar (Işkın, 2020). Yerel kültürü yansıtmaması, benzersiz tatlar sunmaması, bölgesel kalkınmaya destek olması ve turist sayısını artırması gibi etkileriyle, bir destinasyonun mutfak zenginliğini avantaja dönüştürür. Bu nedenle, destinasyonların coğrafi işaretli gıda ürünlerini ön plana çıkarmaları, gastronomi turizmiyle ilgilenen

konukları çekmek ve sürdürülebilir gastronomi turizmini sağlamak için önemlidir (Sabur ve Güneş, 2022).

Gerçekleştirilen literatür incelemesi neticesinde Kayseri ilinin gastronomi turizmi potansiyeli, sürdürülebilir gastronomi turizmi, coğrafi işaret tescili ve Kayseri'nin coğrafi işaret tesciline sahip ürünlerini konu edinen az sayıda (Işık, 2010; Erbaş, 2011; Altun, 2016; Apak, 2016; Şanlıoğlu ve Erdem, 2017; Gülsoy, 2018; Kaya, 2018; Elmacioğlu, 2019) çalışmaya rastlanılmıştır. Söz konusu çalışmaların sonuçları ve bu tez çalışmasının sonuçlarının kıyaslanması önemlidir. Çünkü tartışma kısmında çalışmalar kapsamında incelenen konuların gelişimi, konunun mevcut durumu, yeni keşfedilen durumlar, geliştirilen öneriler gibi unsurlar daha net ve anlaşılır bir şekilde açıklanmaktadır. Bu kapsamda “Yiyecek İçecek İşletmeleri’nde Çalışan Personelin Etik Davranışlarının Tespiti: Kayseri Örneği” (Erbaş, 2011) başlıklı araştırmada Kayseri ilinde faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmeleri bünyesinde çalışan personellerin davranışları incelenmiştir. Nicel araştırma yönteminin tercih edildiği çalışmada veriler anket tekniği ile toplanmıştır. Araştırma neticesinde elde edilen bulgular ışığında geliştirilen 2 öneri bu çalışmanın üstünde durduğu konulara paralellik göstermektedir. “Yiyecek içecek işletmelerinde özellikle sundukları mutfak kültürünü (Türk mutfağı, Çin mutfağı, vb.) en ince ve detaylı şekilde çalışan personele anlatmaları, gerekirse uygulamalı olarak yaptırması gerekmektedir. Böylece en iyi şekilde kendi işletmelerinin mutfağını tanıyıp, müşterilerine en iyi şekilde hizmet vermeleri sağlanabilir. Yiyecek içecek işletmeleri kendilerine has tatlar oluşturarak, bu tatları sipariş edilen yemeklerin yanında diğer yemeklerle ilişkilendirerek küçük tadımlar halinde sunabilirler. Böylece müşterilerin yeni tatları beğenmeleri halinde bu yeni tatlara mönülerinde yer verebilirler (Erbaş, 2011)” Araştırmacı tarafından geliştirilen öneriler gastronomi turizmi açısından da önemli noktalardır. Gerçekleştirilen tez çalışmasında da yer alan ürün tanıtımı, ürün tutundurma çalışmaları ve restoran temsilcilerinden toplanan verilerle, Erbaş (2011) tarafından geliştirilen öneriler birbiriyle ilişkilidir. “Turizm Faaliyetlerinin Yerel Halk Tarafından Nasıl Algılandığının Tespitine Yönelik Bir Çalışma: Kayseri Örneği” (Şanlıoğlu ve

Erdem, 2017) başlıklı farklı bir çalışmada ise Kayseri’de gerçekleştirilen turizm faaliyetlerini, ilde yaşayan yerel halk tarafından nasıl algılandığı incelenmiştir. Bu kapsamda araştırmada nicel araştırma yöntemi tercih edilmiştir ve veriler anket aracılığıyla toplanmıştır. Araştırma neticesinde araştırmacılar “Bu kapsamda son olarak, önemli bir turizm potansiyeline sahip olan Kayseri’de özellikle yerel yönetimler tarafından yapılan yatırımlar devam ettirilmeli ve yeni yatırımlar desteklenmelidir. Turizm sektörüne yönelik olumlu bir yaklaşım içerisinde olan yöre halkının sahip oldukları doğal, tarihi ve kültürel zenginlikleri şehre gelecek olan turistlerle paylaşmak adına hazır olduklarını söylemek mümkündür. Önemli bir sanayi ve ticaret şehri olan Kayseri’de turizmin gelişmesi bölge ekonomisi açısından üretimin çeşitlenmesini sağlayacaktır. Ayrıca, Kayseri ilinin muhafazakâr yapısı, tüm pazarlara açık, modern bir turizm şehri olmaya yönelik planlamaların faaliyete geçirilmesinde bir engel oluşturmamaktadır” (Şanlıoğlu ve Erdem) araştırmaya yönelik bu şekilde bir sonuç bildirmişlerdir. 2017 senesinde gerçekleştirilmiş bu çalışmanın ve gerçekleştirilen tez çalışmasının sonuçlarının benzer nitelikte olduğu ve Kayseri’nin yüksek bir turizm potansiyeli taşıdığı yönünde fikir birliği vardır. “Kentlerin Pazarlanmasında Yeni Bir Araç Olarak Gastronomi: Kayseri Örneği” (Elmacıoğlu, 2019) başlıklı araştırmada gastronomi turizminin kent pazarlaması, destinasyon imajı açısından önemli bir kalkınma amacı olduğu yer almaktadır. Araştırmada yer alan “Ayrıca Kent pazarlamasında gastronominin ve yerel mutfağın da tanıtımına öncelik verilmesi, geliştirilecek politikalarda yöresel yemeklerin kent pazarlamasına katkısının da dikkate alınması önemli olacaktır” (Elmacıoğlu, 2019), kısmının gerçekleştirilen tez çalışmasının sonuçlarıyla ilişkili olduğu düşünülmektedir. Gerçekleştirilen bu tez çalışmasının konusunu Kayseri’nin coğrafi işaretli gıda ürünleri ve bu ürünlerin sürdürülebilir gastronomi turizmi açısından önemi oluşturmaktadır. Literatürde yer alan çalışmaları incelediğimiz de de çalışmalarda ilin coğrafi işaretli ürünlerini kapsamlı bir şekilde inceleyen ve bu ürünler ile sürdürülebilir gastronomi turizmi arasındaki ilişkiye değinen çalışma sayısının az olduğu sonucuna varılmıştır.

Araştırma sonucunda, Kayseri'nin zengin bir mutfak kültürüne sahip olması sebebiyle gastronomi turizmi açısından yüksek bir potansiyele sahip olduğu ortaya çıkartılmıştır. Kayseri mutfağını oluşturan yöresel lezzetler, gelenekler ve şehrin köklü tarihi bu potansiyelin temelini oluşturmaktadır. Aynı zamanda, Kayseri ilinin sahip olduğu coğrafi işaret tesciline sahip gıda ürünlerinin gastronomi turizmi açısından şehrin çekiciliğini arttırmakta önemli bir rol oynadığı sonucuna varılmıştır. Kayseri'nin sahip olduğu yöresel gıda ürünlerinin, coğrafi işaret tescili ile korunması durumunun üretici ve tüketici açısından güven duyulan ürünler olduğu keşfedilmiştir. Bu bağlamda katılımcılar tarafından verilen yanıtlarda da yer aldığı üzere ilde coğrafi işaret tescili ve sürdürülebilir gastronomi turizmi konusunda, toplum bilincinin oluşturulması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla turistler açısından son yıllarda oldukça rağbet gören coğrafi işaretli gıda ürünlerinin yaygınlaştırılması, ilde sürdürülebilir gastronomi turizminin gelişimine fayda sağlayacaktır. Elde edilen bulguların analizi ve yorumlanması neticesinde; Kayseri'de sürdürülebilir gastronomi turizminin gelişimine ve coğrafi işaret tescilinin önemine dair şu öneriler geliştirilmiştir:

- ***Gastronomi Turizmi İçin Tanıtım ve Pazarlama Çalışmaları***

Kayseri'de, gastronomi turizminden sağlanacak faydaların arttırılması amacıyla tanıtım ve pazarlama stratejilerinin oluşturulması gerekmektedir. Tanıtım ve pazarlama faaliyetleri başarılı bir şekilde uygulanabilirse, gastronomi turizmi ve bileşenleri geniş kitlelerce tanınacaktır. Bu konuda yerel yönetimlerin, turistik tanıtım amaçlı geliştirdikleri projelerde gastronomi turizmine özel vurgu yaparak, Kayseri'nin sahip olduğu yerel lezzetleri ve mutfak kültürünü tanıtmaları gereklidir. İletişim kanallarının doğru ve etkin kullanımı bu konuda öne çıkmaktadır. Kamu spotları, yerel televizyon kanalları, gazeteler, billboardlar, broşürler, kitaplar, internet sayfaları, sosyal medya araçlarının etkin kullanılması, Kayseri'de gastronomi turizmi imajının yaratılmasına olanak sağlayacaktır.

- ***Gastronomi Etkinlikleri ve Festivaller***

Kayseri’de gastronomi etkinliklerinin ve yerel gıda festivallerinin daha fazla düzenlenmesi sürdürülebilir gastronomi turizmini destekleyecektir. Gerçekleştirilecek festival ve etkinliklerde yerel lezzetlerin tanıtımı, yemek yarışmaları, Kayserili şeflerin gösterileri ve mutfak atölyeleri gibi faaliyetlerin yer alması, tanıtım açısından da fayda sağlayacaktır. Örneğin “Kayseri Lezzet Festivali” gibi etkinliklerin ulusal ve uluslararası çapta yankı uyandırması, Kayseri lezzetlerinin geniş kitlelerce keşfedilmesine de olanak sağlayacaktır. Ayrıca bu tür etkinlikler; ekonomik açıdan yerel üreticileri ve işletmeleri de desteklemektedir.

- ***Sürdürülebilir Tarım ve Yerel Üretim***

Kayseri’de yerel yönetimler tarafından sürdürülebilir tarım uygulamalarının teşvik edilmesi, yerel üretimi destekleyerek kırsalın kalkınmasına katkı sağlayacaktır. Sürdürülebilir tarım uygulamaları, doğal kaynakları korumakta ve çiftçilere rehberlik etmektedir. Kayseri’de sürdürülebilir gastronomi turizminin etkin bir biçimde uygulanması için tarım arazilerinde doğal ve organik yerel ürünlerin üretimi yapılmalıdır. Restoran işletmeleri ve çiftçiler arasında kurulacak iş birlikleri de sürdürülebilirliğin sağlanması açısından önemlidir. Bu durum Kayseri mutfağını oluşturan yöresel yiyecek ve içeceklerin daha sağlıklı olmasına da katkı sağlayacaktır.

- ***Ekoturizm ve Tarım Turizmi***

Sürdürülebilir gastronomi turizmi, ekoturizm ve tarım turizmi faaliyetleriyle de ilişkilidir. Turistlere, organik çiftlikleri ziyaret etme, yerel ürün hasadına katılma, geleneksel tarım yöntemlerini öğrenme gibi deneyimler sunulabilir. Kayseri’de uygulanacak Ekoturizm uygulamaları doğal ve kırsal alanların korunmasına olanak sağlayarak yerel tarımın sürdürülebilirliğine de katkı sağlayacaktır.

- ***Turistlere Yönelik Deneyimler***

Kayseri mutfağının ilgi çekici bir şekilde pazarlanabilmesi için turistlere yönelik faaliyetlerin düzenlenmesi gerekmektedir. Çünkü Kayseri'nin sahip olduğu kültürel ve gastronomik zenginlikleri başarılı şekilde bir şekilde pazarlanabilirse turistlerin Kayseri'yi gerçekleştireceği ziyaretlerde artacaktır. Kayseri'nin turistlere unutulmaz deneyimler sunabilmesi için çeşitli turist faaliyetlerine ev sahipliği yapması gerekmektedir. Tadım turları, şeflerin rehberlik edeceği mutfak atölyeleri, gastronomi turları, yerel lezzet rotaları, yerel çiftlik ve bağların ziyareti, kültürel etkinlikler, şenlikler, festivaller, gastronomi müzelerini ziyaret gibi gastro-turistlere yönelik faaliyetlerin Kayseri'de yaygınlaştırılması önemlidir. Son olarak Kayseri'de yiyecek ve içecek temalı müze bulunmamaktadır. Bu konuda yönetimlerin gerçekleştireceği girişimler de ilde gastronomi turizminin gelişimine fayda sağlayacaktır.

- ***Yerel Lezzet Rotalarının Oluşturulması***

Kayseri'de oluşturulacak yerel lezzet rotaları ile turistlere, Kayseri'nin sahip olduğu gastronomik çeşitliliği yakından tanıma ve keşfetme fırsatı sunacaktır. Bu rotalar; yerel üreticiler, restoranlar, pazarlar ve diğer gastronomi noktalarını bir araya getirmelidir. Yerel lezzet rotaları ile sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında yerel ürünlerin tüketim talebi artacaktır ve doğrudan yerel üreticiler kazanç sağlayacaktır. Oluşturulan rotalarda elektrikli scooter, bisiklet istasyonları gibi çevre dostu ulaşım araçlarının entegre edilmesi de sürdürülebilirlik açısından önemlidir.

- ***Gastronomi Turları***

Kayseri'de düzenlenecek gastronomi turları ile turistlere şehirdeki önemli gastronomik noktaları gezme ve farklı restoranlarda yerel yemekleri deneme fırsatı sağlanması gastronomi turizminin ildeki gelişimine fayda sağlayacaktır. Rehberler, Kayseri'de düzenlenecek gastronomi turlarında turistlere yerel yemeklerin hazırlanışı

hakkında bilgi vererek ve Kayseri'nin gastronomik mirasını aktararak, turistleri yerel kültüre yakınlaştırmalıdır. Bu turlar, turistlere unutulmaz bir gastronomi deneyimi yaşatırken şehrin kültürel ve tarihi özelliklerini de keşfetmelerine olanak sağlayacaktır.

- ***Yerel Çiftlik ve Bağ Ziyaretleri***

Kayseri'nin çevresi, tarım ve bağcılık açısından zengindir. Turistler, yerel çiftlik ve bağları ziyaret ederek organik ürünlerin üretim sürecini gözlemleyebilir ve yerel ürünlerin tazeliğini deneyimleyebilir. Ayrıca, bağ bozumu ve üzüm pekmezi üretimi gibi faaliyetlere katılma fırsatı da yakalayabilirler.

- ***İş birliği Ağlarının Oluşturulması ve Paydaş Katılımı***

Kayseri'de sürdürülebilir gastronomi turizminin etkili bir biçimde uygulanabilmesi iş birliği ve paydaş katılımına bağlıdır. Turizm sektöründeki çevreler, yerel halk, belediyeler, sivil toplum danışmanları ve akademik kurumlar arasında aktif bir iş birliğinin sağlanması gerekmektedir. Paydaşlar arasında ortak projeler geliştirilmeli, bilgi ve deneyim paylaşımı teşvik edilmeli ve sürdürülebilirlik konusunda birlikte çalışılmalıdır.

- ***Altyapı ve Hizmet Kalitesi***

Kayseri'de gastronomi turizminin gelişimi için altyapı ve hizmet kalitesi önemlidir. Yerel ağlar, kafe ve diğer yeme-içme mekanları, hijyen kurallarına uygun olarak çalıştırılmalı ve müşteri memnuniyetine odaklanılmalıdır. Turistlerin iyi bir deneyim yaşamasını sağlamak için kaliteli hizmet sunumu ve profesyonel personel önemlidir. Ayrıca, mevcut ulaşım alt yapısının gelişmiş olması Kayseri'ye turizm açısından avantaj sağlamaktadır.

- ***Yerel Kültür ve Tarihle Bütünleşme:***

Kayseri'de gastronomi turizmi, sadece lezzetlerle sınırlı kalmamalı, aynı zamanda şehrin zengin kültürel ve tarihiyle de bütünleşmelidir. Turistler, Kayseri'deki tarihi ve kültürel mekanları ziyaret ederken, yerel lezzetleri deneyimleyebilmelidir. Yerel mutfak kültürünün tarihi ve kültürel bağlantısını anlatan rehberli turların ve etkinliklerin düzenlenmesi, Kayseri'de gastronomi turizmi imajının yaratılması hedefine fayda sağlayacaktır.

- ***Yerel İşletmelerin Desteklenmesi:***

Restoranlar, çiftlikler, pazarlar ve gıda üreticileri sürdürülebilir gastronomi turizminin önemli bileşenleridir. Bu işletmelere yönelik teşvik ve yönetim destekleri oluşturulabilir. Örneğin, yerel işletmelerin sürdürülebilirlik sertifikalarını almaları için teşvikler sağlama veya pazarlama ve tanıtım faaliyetlerine destek sağlanması Kayseri'de sürdürülebilir gastronomi turizminin gelişimi açısından önemlidir.

- ***Uluslararası Başarılı İyi Uygulama Örneklerinin Paylaşımı***

Sürdürülebilir gastronomi turizmi alanında başarılı olan destinasyonların uygulamaları ve faaliyetleri, paydaşlar ile paylaşılmalıdır. Bu paylaşım diğer bölgeler ve işletmelere sürdürülebilirlik konusunda fikir verir. Başarılı uygulama örneklerinin paylaşılması, sektör genelinde sürdürülebilirlik konusunda daha hızlı ilerleme sağlar.

- ***Geri Dönüşüm ve Atık Yönetimi***

Sürdürülebilir gastronomi turizmi, atık yönetimi ve geri dönüşüm konusunda öncü olmalıdır. İşletmeler, geri dönüşüm programlarına katılarak atık tüketimini azaltan uygulamalara yönelmelidir. Ayrıca Kayseri ili genelinde faaliyet gösteren işletmelerde sürdürülebilir politikaları benimsemeli ve uygulamalıdır. Geri dönüştürülebilir malzemelerin kullanımını teşvik eden projeler yürütülmelidir. Yiyecek atıklarının kompostlanması, enerji üretimi için kullanımı gibi atık yönetimi yöntemleri, su tasarrufu,

yerel ve organik ürün kullanımı gibi sürdürülebilir uygulamalar işletmelerde yaygınlaştırılmalıdır. Ayrıca, tedarik zincirinde sürdürülebilir ürünleri tercih etme ve iş birliği yapma konusunda çaba sarf edilmelidir.

- ***Sürdürülebilir Gastronomi Eğitimi Programları***

Sürdürülebilir gastronomi turizminin yaygınlaşması ve bilincinin oluşturulması amacıyla eğitim programlarının oluşturulması önemlidir. Bu programlar, turizm sektöründe çalışan personellerin ve yerel kullanıcıların sürdürülebilirlik ilkeleri hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlamalıdır. Eğitim programları ve denetimler aracılığıyla işletmelerin sürdürülebilir uygulamaları benimsemeleri sağlanabilir. Ayrıca bu konuda sertifikasyon programları da düzenlenebilir.

- ***Sürdürülebilir Turizm Sertifikasyonları***

Kayseri’de sürdürülebilir gastronomi turizminin gelişimi için sürdürülebilir turizm sertifikasyonları ve akreditasyonlarının uygulanması gerekmektedir. Eğitim ve sertifika programları, üreticilerin yanında tüketicilere de yönelik olmalıdır. Çünkü tüketicilerin güvenilir ve sürdürülebilir seçenekleri tanımaları tercih etmeleri açısından önemlidir. Sertifikasyon aynı zamanda yerel işletmelere rekabet avantajı sağlar ve sürdürülebilirlik bilincini artırır.

- ***Çevresel Etkilerin İzlenmesi, Denetlenmesi ve Değerlendirilmesi***

Sürdürülebilir gastronomi turizmi projelerinin uygulanması sürecinin titizlikle denetlenmesi ve sonuçlarının değerlendirilmesi önemlidir. Bu denetimler ve değerlendirmeler ile su tüketimi, atık yönetimi, karbon ayak izi gibi konuların takip edilmesini ve minimum enerjinin belirlenmesi amaçlanmalıdır.

- ***Yerel Toplumun Katılımı ve Kültürel Mirasın Korunması***

Sürdürülebilir gastronomi turizmi, yerel halkın aktif gelişimini teşvik eder ve yerel kültürel yapının korunmasına önem verir. Yerel katılımıyla projeler geliştirilmelidir. Böylece, halkın turizm faaliyetlerinden adil bir şekilde faydalanması ve toplumun sürdürülebilirlik bilincini kavrayışı daha etkin bir şekilde sağlanacaktır.

- ***Araştırma ve İnovasyon***

Sürdürülebilir gastronomi turizmi, sürekli araştırma ve inovasyonu teşvik etmektedir. Yeni sürdürülebilir tarım yöntemleri, gıda işleme yöntemleri, enerji tüketimi çözümleri ve atık yönetimini azaltma alanları gibi konular sürekli güncellenmektedir. Ayrıca, gastronomi turizmi ve sürdürülebilirlik arasındaki ilişkinin daha iyi anlaşılması için akademik çalışmaların desteklenmesi önemlidir.

Sonuç olarak Kayseri'nin sahip olduğu gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi için yerel halkın ve turizm paydaşlarının iş birliği içerisinde olması, tanıtım faaliyetlerinin başarılı bir şekilde yürütülebilmesi gerekmektedir. Ayrıca coğrafi işaret tesciline sahip yöresel gıda ürünlerinin arttırılması, tescil süreçlerinin ve denetimlerinin titizlikle yürütülmesi, sürdürülebilir gastronomi turizmi açısından önemlidir. Çalışma kapsamında geliştirilen öneriler ile Kayseri'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına Gastronomi kategorisinden katılması, bölgenin gastronomi turizmi ile ekonomik paydada kalkınması ve mutfak kültürünün korunması hedeflenmektedir.

KAYNAKÇA

- Ahmetbeyoğlu, A. (2001). *Avrupa Hun İmparatorluğu*. Ankara: TTK Yayınları.
- Akbaba, A. & Kendirci, P. (2016). Gastronomi Turizmi ve Coğrafi İşaretleme Ürünleri. O. N. Özdoğan (Ed.), *İçinde, Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akdağ, G., Akgündüz, Y., Güler, O., & Benli, S. (2015). Bir Seyahat Motivasyon Aracı Olarak Gastronomi: Hatay'ı Ziyaret Eden Yerli Turistlerin Seyahat Motivasyonları, Yiyecek-İçecek Deneyimleri ve Seyahat Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma. 1. In *Eurisia International Tourism Congress: Current Issues, Trends and Indicators (EITOC-2015)*, 28(30), 448-464.
- Akgöl, Y. (2012). *Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Tabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Akın, G., & Balıkcı, E. (2018). Anadolu'nun Gizemli İmparatorluğu Hititlerde Beslenme ve Mutfak Kültürü. *Journal of Yourism and Gastronomy Studies*, 6(3).
- Akkor, Y. E. (2019). *Geçmişten Geleceğe Kayseri Mutfağı*. Kayseri: Kayseri Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları, 21.
- Aklıbaşında, M., Bulut, Y., & Külekçi, E. A. (2012). Aladağlar'da (Kayseri-Yahyalı) Yetişen Doğal Bitkilerin Flora Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. *KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi, Özel Sayı*, 8-15.
- Albayrak, A. (2013). *Alternatif Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Algar, A. (1991). *Classical Turkish Cooking*. New York: Harper Collins Publishers
- Alkan, C. (2015). Sürdürülebilir Turizm: Alaçatı Destinasyonuna Yönelik Bir Uygulama. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 10(40), 6692-6710.
- Altaş, N., Altaş, N. T., Çavuş, A., & Zaman, N. (2015). Türkiye'nin Kış Turizmi Koridorunda Yeni Bir Kış Turizm Merkezi: Konaklı. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (31), 345-365.
- Altun, D. (2016). *Tüketicilerin Marka Şehir Algılamaları: Kayseri Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Nuh Naci Yazgan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Apak, Ö. C. (2016). *Kış Turizmine Katılan Yerli Turistlerin Tüketici Davranışları Üzerine Bir Araştırma: Kayseri Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük.

- Asiliskender, B., & Özsoy, A. (2011). Cumhuriyet Sonrası Kayseri'de Modernleşme: Mekânsal ve Toplumsal Değişim. *İTÜ DERGİSİ*, 9(1).
- Ateş, M. A. (2019). *Perakendeci ve Ziyaretçilerin Yöresel Yiyecek Algısı: Kayseri İli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük.
- Aydın-Saydan İ. (2015). *Kayseri Vilayet Gazetesi ve Cumhuriyet Arşivi Işığında Atatürk İlke ve İnkılâplarının Kayseri'ye Yansımaları (1923-1938)*. Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Ayuso, S. (2006). Adoption of Voluntary Environmental Tools for Sustainable Tourism: Analysing the Experience of Spanish Hotels. *Corporate Social Responsibility And Environmental Management*, 13(4), 207-220.
- Bakkaloğlu, F., & Koçoğlu, C. M. (2022). Gastronomi İmaj Algısının Destinasyona Yönelik Davranışsal Niyetler Üzerindeki. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(3), 1769-1787.
- Baltacı, A. (2018). Nitel Araştırmalarda Örneklem Yöntemleri ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 231-274.
- Baran, Z., & Karaca, Ş. (2021). Coğrafi İşaretin Sürdürülebilir Gastronomi Turizminde Önemi. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 253-263.
- Başol, K. (2012). Türkiye ekonomisi (11. Baskı). İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Bekar, A. & Belpınar, A. (2015). Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Görüşlerinin Milliyetlerine Göre Değerlendirilmesi. *Journal of Yasar University*, 10(38), 6519–6530.
- Belge, M. (2016), *Tarih Boyunca Yemek Kültürü* (14. Baskı). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bigg, T., & Dodds, F. (2019). The UN Commission On Sustainable Development. In *The Way Forward*, London: Routledge, 15-36.
- Birleşmiş Milletler (1992). Çevre ve Kalkınma Konferansı: *Rio Bildirgesi, İlke 1*.
- Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (1991). *Ortak Geleceğimiz*. Belkıs Çırakçı (Çev.), Ankara: Türkiye Çevre Sorunları Vakfı Yayını.
- Birol, İ. Yerlikhan, M. (2007). Kayseri Salnamesi (2006/2007 Almanak), Kayseri: Mazaka Yayıncılık.

- Bratec, M. (2008). *Aiming Towards Sustainable (tourism) Development: The Case of the Slow Food Movement and its Impacts in Slovenia. Assignment for the course of Sustainable Tourism Development*. University of Southern Denmark.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Psikolojide Tematik Analiz Kullanma. *Psikolojide Nitel Araştırma*, 3 (2), 77-101.
- Brillat-Savarin, J. A. (2016). *Lezzetin Fizyolojisi ya da Yüce Mutfak Üzerine Düşünceler*. H. Bucak (Çev.), İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Brown. A. P. (2008). A review of The Literature on Case Study Research. *Canadian Journal for New Scholars in Education*, 1(1), 1-13.
- Budak, N., Şahin. H., Çiçek, B. & Yılmaz, M. (2004). Kayseri İlinin Yemek Alışkanlıkları ve Kayseri Yemekleri. *Kayseri: Erciyes Üniversitesi Atatürk Sağlık Yüksekokulu Beslenme ve Diyetetik Bölümü*.
- Cahen, C. (1992). Türklerin Anadolu'ya İlk Girişi (XI. Yüzyılın İkinci Yarısı), Y. Yücel (çev). Ankara: Yediyıldız.
- Cambourne, B. & Macionis, N. (2003). Linking Food, Wine and Tourism: The Case of the Australian Capital Region. Hall, C.M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. & Cambourne, B. (Ed.), İçinde, *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*. London: ButterworthHeinemann, 268-284.
- Carson, R. L. (1962). *Silent Spring*. Boston: Houghton Mifflin.
- Cohen, E. (2004). Tourism and Gastronomy. Anne-Mette Hjalager & Greg Richards (Ed.). London: Routledge, 238.
- Cömert, H. (2007). 19. Yüzyılda Kayseri. Kayseri: Mazaka Yayınları.
- Cömert, M., & Özata, E. (2016). Tüketicilerin Yöresel Restoranları Tercih Etme Nedenleri ve Karadeniz Mutfağı Örneği. *Journal of International Social Research*, 9(42).
- Creswell, J. W. (2002). *Educational Research: Planning, Conducting and Evaluating Quantitative*. Prentice Hall Upper Saddle River, NJ.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches* (2. Edition). USA: SAGE Publications.
- Çakaloğlu, M. (2015). *Marka ürünler, coğrafi işaret ve tüketici algısı*. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

- Çalık, M., & Sözbilir, M. (2014). İçerik Analizinin Parametreleri. *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 39(174).
- Çalışkan, V., & Koç, H. (2012). Türkiye’de coğrafi işaretlerin dağılışı özelliklerinin ve coğrafi işaret potansiyelinin değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(28), 193-214.
- Çavuş, O., & Eker, Ş. (2022). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi: Bolu Kanlıca Mantarı, Mengen Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 303-320.
- Çelikoğlu, Ş., & Atış, E. (2022). Göçün 60. Yılında Almanyalı Türkler: Zonguldak İli Örneği. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 11(3), 1603-1632.
- Çetin, Ş. (1993). *Turizm Endüstrisine Mutfak Elemanı Yetiştirmeye Yönelik Eğitim Programlarının Değerlendirilmesi*. Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Çolak, A., Kurtuluş, Y. V., & Sarıcı, Ö. (2010). *Kayseri Gezi Rehberi*. İstanbul: Kayseri Valiliği Yayınları.
- Dalby, A. (2014). *Bizans ’ın Damak Tadı: Kokular, Yemekler, Şaraplar*. A. Özdamar (Çev.), İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Demir, C., & Çevirgen, A. (2006). *Turizm ve Çevre Yönetimi: Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Demir, İ. (2020). *Coğrafi işaretlerin sosyoekonomik etkileri*. Uzmanlık Tezi, T.C. Türk Patent ve Marka Kurumu Coğrafi İşaretler Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- Deniz, T. & Atışman, E. (2017). Kayseri İlinin Gastronomi Turizmine Yönelik Bir SWOT Analizi Çalışması, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*. Cilt.1, Sayı.3, ss.56-65.
- Deveci, B., Türkmen, S., & Avcıkurt, C. (2013). Kırsal Turizm ile Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3(2), 29-34.
- Dilsiz, B. (2010). *Türkiye’de Gastronomi ve Turizm (İstanbul Örneği)*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Dinç, M., & Aslan, D. (2012). Gilaburu Suyunun Mikroenkapsülasyonu. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 2(7).
- Doğan B. (2015). Coğrafi İşaret Korumasının Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Önemi. *Nwsa-Social Sciences*, 10(2), 58-75.

- Doğan, N. Ş. (2012). Kayseri'deki Selçuklu külliyesi. *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Kurucusu*, 191.
- Du Rand, G.E. & Heath, E. (2006). Towards a Framework for Food Tourism as an Element of Destination Marketing. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 206-234.
- Durlu-Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S., & Can, A. (2013). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretleme'nin Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), 13-20.
- Dündar, M., Emekli, R., & Şener, E. (2019). Anadolu'daki Tıbbın Doğuşu, Dünyadaki İlk Tıp Okulu Olarak: Gevher Nesibe Tıp Medresesi ve Darüşşifası. *Bilimname*, 2019(39), 79-103.
- Edgell, D. L., Sr, Allen, M. D., Smith, G., & Swanson, J. R. (2007). *Tourism Policy and Planning: Yesterday, Today and Tomorrow*. London: Elsevier Ltd.
- Elmacioğlu, N. (2019). *Kentlerin Pazarlanmasında Yeni Bir Araç Olarak Gastronomi: Kayseri Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Emekli, G. (2006). Avrupa Birliği Bölgesel Politikasında Turizmin Yeri ve Türkiye Turizmi. *Ege Coğrafya Dergisi*, 153-162.
- Eravşar, O. (2000). Seyahatnamelerde Kayseri. Kayseri: Kayseri Ticaret Odası Yayınları.
- Erbaş, N. (2011). *Yiyecek İçecek İşletmelerinde Çalışan Personelin Etik Davranışlarının Tespiti: Kayseri Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Erbay, M., & Sabur, D. G. (2022). Gastronomi Turizmi Kapsamında Pazarlama Stratejileri: Türkiye ve Avrupa Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(1), 649-670.
- Erdoğan, M. (2021). *Kayseri'de ve Kayseri Arkeoloji Müzesindeki Hitit Dönemine Ait Eserler*. Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Eren, S. (2007). Türk Mutfağı ve HACCP Sistemi; Mutfak Profesyonellerinin Haccp Bilgilerinin Ölçülmesi, *1. Ulusal Gastronomi Sempozyumu*, 4-5 Mayıs, Antalya, 79-83.
- Erkiletlioğlu, H. (1993). *Kayseri tarihi: en eski zamandan Osmanlılara kadar*. Kayseri: Kayseri İl Kültür Müdürlüğü.
- Erol, H. (2018). *Kültepe tabletleri: Şu-İstar'a ait belgeler. XI-a. I. cilt*. Ankara: TTK.

- Ertan, A. (2010). Prestijli Tarım Ürünlerinin Pazarlanmasında Kalite ve Coğrafi İşaret Kavramlarının Tutundurulması ve Bu Bağlamda Tarım Satış Kooperatiflerinin Önemi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(2), 157-170.
- Esen, Ş. (2016). Bir farklılaşma stratejisi olarak coğrafi işaretler ve Türkiye incelemesi. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(14), 447-464.
- European Commission (2022b). *Traditional Specialities Guaranteed*. <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/tsg> [Erişim: 21 Eylül 2022].
- European Commission (2022c). Traditional Terms. <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/tdt> [Erişim: 21 Eylül 2022].
- European Commission. (2022a). *The EU Geographical Indications Register*. <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/> [Erişim: 21 Eylül 2022].
- European Commission. (2023). *The EU Geographical Indications Register*. <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/> [Erişim: 02 Temmuz 2023].
- Everett, S. & Aitchison, C. (2008). The Role of Food Tourism in Sustaining Regional Identity: A Case Study of Cornwall. *South West England. Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 150-167.
- Garvey, N. L. (2010). *A Table: The Impacts Of Globalization On French Cuisine*. Doctoral Dissertation, Texas A & M University, Texas, United States.
- GASTROKAYSERİ, (2019). Kayseri Gastronomi Turizmi Çalıştayı. https://www.kayseri.bel.tr/uploads/pdf/gastronomi_turizmi.pdf, [Erişim: 15 Ekim 2022].
- Gerring, J. (2007). *Case Study Research: Principles and Practices*. New York: Cambridge University Press.
- Gillespie, C. & Cousins, J. A. (2001). *European Gastronomy into the 21st Century*, Burlington (USA): Butterworth- Heinemann.
- Go Türkiye, (t.y). Erciyes Kayak Merkezi. <https://goskiingturkiye.com/tr/erciyes>, [Erişim: 09 Ekim 2022].

- Goloğlu, M. (1973). *Atatürk ilkeleri ve Bursa nutku* (Vol. 1). Ankara: Goloğlu Yayınları.
- Gökovalı, U. (2007). Coğrafi işaretler ve ekonomik etkileri: Türkiye örneği. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 141–160.
- Gössling, S., & Hall, M. C. (2013). Sustainable Culinary Systems, Local Foods, Innovation, Tourism and Hospitality. Hall M.C. & Gössling S. (Ed.), İçinde, *Sustainable Culinary Systems: An Introduction*, London: Routledge. 3-44.
- Göynüşen, S. E. (2011). *Edirne'deki Gastronomik Kültürün Kentin Pazarlama ve Markalaşmasına Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Guzmán, T. L. & Cañizares, S. S. (2011). Gastronomy, Tourism and Destination Differentiation: A Case Study in Spain. *Review of Economics & Finance*, 1, 63-72.
- Güçer, E., Hassan, A., & Pelit, E. (2013). Destinasyon Pazarlamasında Belediye Web Sayfalarının Önemi: Türkiye'deki Büyükşehir Belediyelerinde Bir İnceleme. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(4), 47-62.
- Güldemir, O. (2014). Orta Asya'dan Cumhuriyet Dönemine Türk Mutfağındaki Yemeklerin Değişimi: Yazılı Kaynaklar Üzerinden Bir Değerlendirme. *VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*, 346-358, 04-05, Kuşadası, Aydın.
- Gülsoy, M. (2018). *Marka Kimliği ve Şehir Markalaşması: Kayseri Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Güneş, G. & Dülger, A. S. (2020). *Turizm Kavramı, Turizmin Tarihçesi, Turizm İstatistikleri ve Sağlık Turizminin Ülke Ekonomilerine Katkısı*. Sağlık Turizmi, Tengilimoğlu, D. (Ed.), içinde Sağlık Turizmi (s. 19-32). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Güneş, G. (2016). Toplum Temelli Ekoturizm. *I. Ulusal Alternatif Turizm Kongresi Bildiri Kitabı*, 40.
- Güneş, G. (2017). Sürdürülebilir Turizm ve Beyşehir. *2. Uluslararası Beyşehir ve Yöresi Kongresi, Konya*, 117-223.
- Güneş, G. (2020). Sorumlu Turizm. *Sorumlu Turizm*. Ed. S. G. Güneş & S. Özdemir Akgöl, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Güneş, G., Ülker, H. İ., & Karakoç, G. (2008). Sürdürülebilir Turizmde Yöresel Yemek Kültürünün Önemi. *II. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler, Antalya*, 10(11).

- Güngör, A., & Kök, A. (2021). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Açısından Önemi: Akçakoca-Melengüceği Tatlısı Örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(1), 61-74.
- Gürbüz, S. & Şahin, F. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Gürsoy, D. (2004). Tarihin Süzgecinde Mutfak Kültürümüz. İstanbul: Oğlak Yayınları.
- Gürsu-Doğu, R. P. (2008). *Avrupa Birliği'nde Kalite Politikası ve Türkiye'nin Uyumunu*. AB Uzmanlık Tezi, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Dış İlişkiler ve AB Koordinasyon Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- Hall, C. M. & Wilson, S. (2009). Scoping Paper: Local food, Tourism and Sustainability. <http://canterbury-nz.academia.edu/CmichaelHall/Papers/10213/Scoping-Paper--Local-food--Tourism-andSustainability>. [Erişim Tarihi: 13 Haziran 2023].
- Hall, C. M. (2006). Culinary Tourism and Regional Development: From Slow Food To Slow Tourism?. *Tourizm Review Intenational*, 9(4), 303-306.
- Hancock, R.D. & Algozzine, B. (2006). *Doing Case Study Research*. New York: Teachers College Press.
- Harari, Y. N. (2015). *Hayvanlardan Tanrılara Sapiens*. E. Genç (Çev.), İstanbul: Kolektif Kitap Yayınevi.
- Harrington, R. J. & Ottenbacher, M. C. (2010). Culinary Tourism: A Case Study of the Gastronomic Capital, *Journal of Culinary Science & Technology*, 8, 14-32.
- Hatipoğlu, A. (2014). *Osmanlı Saray Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde İncelenmesi*. Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Haven-Tang, C. & Jones, E. (2005). Using Local Food and Drink to Differentiate Tourism Destinations Through A Sense of Place: A Story From Wales-Dining at Mommouthshires Great Table, *Journal of Culinary Science and Technology*, 4(4), 6.
- Hu, H.H., Parsa, H.G. & Self, J. (2010). The Dynamics of Green Restaurant Patronage. *Cornell Hospitality Quarterly*, 51(3), 344-362.
- Hülagü, M. M. (2001). Osmanlı Devleti'nde Güherçile Üretimi ve Kayseri Güherçile Fabrikası. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(11), 73-93.
- Işık, D. (2010). *Erciyes Dağı'nın Turizm ve Rekreasyon Bakımından Kayseri Kenti İçin Önemi*. Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

- Işık, N. (2022). *Gastronomik Kimlik Oluşturmada Coğrafi İşaretli Ürünlerin Etkisi: Ankara İli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Işkın, M. (2020). *Bir Destinasyonun Gastronomi Turizmine Uygunluğunun Belirlenmesi Üzerine Keşifsel Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sakarya.
- Işkın, M. (2020). Coğrafi işaret. M. Işkın (Ed.), *İçinde, Türk Mutfağında Coğrafi İşaretli Lezzetler* (1-16), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Işkın, M. (2022). Tarihi Hafızayı Yenilemek: Gastronomi Tarihi Bağlamında Bir Araştırma. *Journal of New Tourism Trends*, 3(1), 60-69.
- IULA-EMME. (1997). Yerel Gündem 21, Türkiye’de Yerel Gündem 21’lerin Teşviki ve Geliştirilmesi Projesi Bülteni, İstanbul, 1.
- İnceöz, S. (2009). Turistlerin Seyahat Motivasyonunun Belirlenmesinde Türk Mutfağına Yönelik Bir Durum Değerlendirmesi. *3. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikleri içinde*, Antalya.
- İpşirli, M. (2002). “Kayseri”, Ankara: DİA, C.25,
- Kalekahyası, S. (2022). *Bayburt İlindeki Coğrafi İşaret Almış Yöresel Ürünlerin Bilinirlik Düzeyi ve Tüketici Tutumlarına Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Bayburt Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Bayburt.
- Kanlı, İ. B. (2016). Sürdürülebilir Gelişmeyi Sağlamada Stratejik Bir Araç: Mahalle Kooperatifleri. *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 25(3), 1-34.
- Kaplan, Y., & Yurdugül, S. (2018). Evrimsel Gastronomi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 582-588.
- Karamustafa, K., Güllü, K., & Acar, N. (2010). Kayseri’nin Pazarlanabilirliğinin Şehir Yaşam Kalitesi Açısından Önem-Başarım Analizi ile Değerlendirilmesi. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 3(5), 1-26.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Kaya, G. (2018). *Kayseri’nin Kış Turizm Potansiyeli ve Tercih Edilmesindeki Sebepler: Erciyes Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Kayran, M. F. (2021). *Şanlıurfa İlinin Coğrafi İşaretli Ürünlerinin Gastronomi Turizmi Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi*. Doktora Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

Kayseri Büyükşehir Belediyesi A.Ş., (t.y). Erciyes Kayak Merkezi. <https://www.kayserierciyes.com.tr/SkiResort/LiveBroadcast24?lng=1>, [Erişim : 10 Ekim 2022].

Kayseri Büyükşehir Belediyesi, (2020). Güvenli Kayak Merkezi Sertifikası. <https://www.kayseri.bel.tr/projelerimiz/erciyese-guvenli-kayak-merkezi-sertifikasi>, [Erişim: 10 Ekim 2022].

Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (t.y.a). Kayseri: Turizmde Ürün Çeşitliliği. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9872/turizmde-urun-cesitliliği.html>, [Erişim: 08 Ekim 2022].

Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (t.y.b). Sultan Sazlığı. <https://kayseri.ktb.gov.tr/TR-183204/sultan-sazligi.html>, [Erişim: 08 Ekim 2022].

Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (t.y.c). Kapuzbaşı Şelaleleri. <https://kayseri.ktb.gov.tr/TR-183316/kapuzbasi-selaleleri.html>, [Erişim: 08 Ekim 2022].

Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (t.y.d). Yamaç Paraşütü. <https://kayseri.ktb.gov.tr/TR-182964/hava-sporlari.html>, [Erişim: 10 Ekim 2022].

Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (t.y.e). Kayseri Müzeleri. <https://kayseri.ktb.gov.tr/TR-55027/muzeler.html>, [Erişim: 10 Ekim 2022].

Kayseri Şehir Hastanesi (2019). Sağlık Turizmi. <https://kayseriism.saglik.gov.tr/TR,124352/kayseri-sehir-hastanesinden-saglik-turizmi-atagi--.html>, [Erişim: 07 Ekim 2022].

Kayseri Valiliği (t.y.a.). Turizm. <http://www.kayseri.gov.tr/turizmm>, [Erişim: 07 Ekim 2022].

Kayseri Valiliği (t.y.b). Soğanlı Vadisi. <http://www.kayseri.gov.tr/soganli-vadisi>, [Erişim: 07 Ekim 2022].

Kayseri Valiliği (t.y.c). Hastaneler. <http://www.kayseri.gov.tr/ozel-hasta-neler>, [Erişim:07 Ekim 2022].

Kayseri Yeraltı Envanteri (2017). *Birinci Ara Rapor*. https://www.kayseri.bel.tr/uploads/pdf/kayseri_yeralti_envanteri_1.pdf, [Erişim: 15 Ekim 2022].

- Kınal, F. (1991). *Eski Anadolu Tarihi*. Ankara: TTK Yayınları.
- Kızıltepe, H. (2017). *Coğrafi İşaret Kavramı ve Türkiye İçin Önemi*, <https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/70482589-E0CD4F6CB820 0F703C5E529E.pdf>, [Erişim: 18 Ekim 2022]
- Kivela, J. & Crotts, J.C. (2009). Understanding Travelers' Experiences of Gastronomy Through Etymology and Narration. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 33(2), 161-192.
- Kivela, J., & Crotts, J.C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence On How Tourists Experience A Destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30, 354-77.
- Kozak, M. (2021). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayın Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kula, E., (1998). *History of Environmental Economic Thought*. London: Routledge.
- Kulakoğlu, F. (2013). Uluslararası Ticaret Merkezi Kültepe-Kaniş. *Aktüel Arkeoloji*, 35, 80-81.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (KTB). (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi*. <https://www.ktb.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0>, [Erişim: 18 Ekim 2022].
- Londono, M. (2011). Gastronomy Tourism: An Opportunity for Local Development in Catalonia? Stakeholder Analysis. İçinde, 51st Congress of the European Regional Science Association: "New Challenges for European Regions and Urban Areas in a Globalised World", Barcelona, Spain, 1-24.
- Martin, M. B. G. (2005). Weather, Climate and Tourism a Geographical Perspective. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 571-591.
- Maviş, F. (2008). *Endüstriyel Yiyecek Üretimi* (2. Baskı). Ankara: Detay Yayınları.
- McIntosh, R. & Goeldner, C. (1990). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (6th ed.), New York: John Wiley & Sons.
- Middleton, V. T., & Hawkins, R., (1998). "Sustainable Tourism: A Marketing Perspective". London: Routledge.
- Mil, B. & Denk, E. (2015). Erzurum Mutfağı Yöresel Ürünlerin Otel Restoran Menülerinde Kullanım Düzeyi: Palandöken Örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 5(2), 01-07.

- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. CA: Sage, Thousand Oaks.
- Milton, K. (2003). "The Critical Role Played by Animal Source Foods in Human (Homo) Evolution". *J Nutr*, 133, 3886-92.
- Morgan, D. L. (1996). *Focus Groups as Qualitative Research* (C. 16). New York: Sage publications.
- Muhammed bin Mahmûd Şirvânî. (2005). *15. Yüzyıl Osmanlı Mutfağı*, Mustafa Argunşah, Müjgan Çakır (Ed.). İstanbul: Gökkubbe Yayınları.
- Mussmann, K. D. & Pahalı, C. (1999). Konaklama Tesislerinde Mutfak Hizmetleri. F. Akyürek (Ed.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Nelson, V. (2015). Place Reputation: Representing Houston, Texas as A Creative Destination Through Culinary Culture. *Tourism Geographies*, 17(2), 192-207.
- Neuman, W. L., & Robson, K. (2014). *Basics Of Social Research*. Canada Toronto: Pearson.
- Newland, K. & Taylor, C. (2010). *Heritage Tourism and Nostalgia Trade: A Diaspora Niche in The Development Landscape*. Washington: Migration Policy Institute.
- Niksarlıoğlu, A. (2007). *Kültür Eksenli Kentsel Dönüşüm: 2010 Avrupa Kültür Başkenti Olarak İstanbul*. Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- O' Riordan, T., (1998). "The Politics of Sustainability" *Sustainable Environmental Management Principles and Practice*, R. Kerry Turner (Ed.), London: Belhaven Press, 29-50.
- Oğuz, S., (2016). Gastronomi Turizminde Stratejik Gelişme: "Doğu Akdeniz Bölgesi Perspektifi". Doktora Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Olalı, H., & Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*. İzmir: Ofis Ticaret Matbaası.
- Orta Anadolu Kalkınma Ajansı (ORAN). (2021). Gastronomi Alanında Kayseri UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı. <https://www.oran.org.tr/haber/gastronomi-alaninda-kayseri-unesco-yaratici-sehirler-agi-istisare-toplantisi-gerceklestirildi>, [Erişim: 15 Ekim 2022].
- Ödemiş, M., & Çalık, İ. (2019). Çömlekçilik (Guduculuk) El Sanatının Sürdürülebilir Turizm Kapsamında İncelenmesi: Gümüşhane Dölek Köyü Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 1274-1288.

- Öktem, E., & Akdu, S. (2022). Unutulmaz Turizm Deneyiminin Müşteri Memnuniyetine ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi. *Erciyes Akademi*, 36(2), 964-981.
- Öney, H. (2013). *Gastronomi Turizmi ve Alternatif Turizm*. S. Bahçe (Ed.), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.
- Özbey, F. R. (2002). Sustainable Tourism Development in Globalization Progress. Globalization and Sustainable Development. *International Scientific Conference*. Book: 4, Varna/Bulgaristan 1-3, 135-150.
- Özçoban, E. (2019). Türkiye’de Kış Turizmi ve Erciyes Kayak Merkezi Üzerine Bir Değerlendirme. *Winter. Studies*, 7(3), 1606-1625.
- Özdemir, B. (2001). *Otel İşletmelerinde Mutfak Yönetimi ve Her Şey Dahil (allinclusive) Uygulamasının Mutfak Yönetimine Etkileri Üzerine Sektörel Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Özdemir, G., & Altınır, D. D. (2019). Gastronomi Kavramları ve Gastronomi Turizmi Üzerine Bir İnceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1-14.
- Özdemir, M. (1992). Turizmin Türkiye’nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri. KökSav Yayınları: Ankara.
- Özdemir, M. (2010). Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323- 343.
- Özesmi, U., Somuncu, M. & Tunçel, H. (1993). Sultan Sazlığı Ekosistemi. *Ankara Üniversitesi Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi Türkiye Coğrafyası Dergisi* (2), 275-289.
- Özgüç, T. (1979). Assur Ticaret Kolonileri Çağına Ait İnsan Biçimli Kap. *Belleten*, 43(170), 261-266.
- Özgür, D. (2011). *Coğrafi işaretlerin korunması: Avrupa Birliği’ndeki hukuki çerçeve ve Türkiye uygulaması*. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Öztuna, Y. (1983). Büyük Türkiye Tarihi (Cilt: 1). İstanbul: Ötüken Yayınevi.
- Patton, Q. M. (2014). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri*. Bütün, M. & Demir, S. B. (Çev.). Pegem Akademi.

- Pearson, D. & Pearson, T. (2016). Branding Food Culture: UNESCO Creative Cities of Gastronomy. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 28(2), 168.
- Pektaş, G. Ö. E., Kahraman, C., & Alkan, G. (2018). Türkiye’de Coğrafi İşaretler ve İhracat Pazarlaması Açısından Değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 23(39), 65-82.
- Pelit, E., Baytok, A., & Oybalı, H. H., (2015). Sürdürülebilir Turizm Mi? Turizmde Sürdürülebilirlik Mi? Kavramsal Bir Tartışma. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 6(14).
- Resmi Gazete, (1989). Yönetmelikler. <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/20144.pdf>, [Erişim: 10 Ekim 2022].
- Reynolds, P. C. (1993). Food and Tourism: Towards Understanding of Sustainable Culture. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 48-54.
- Richards, G. (2002). Tourism Gastronomy. İçinde A-M. Hjalager & G. Richards (Ed.), *Gastronomy: and Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption?* (3- 20) Londra: Routledge.
- Sabur, D. G. & Güneş, G. (2022). Avrupa Birliği’nde Coğrafi İşaretleme ve Türkiye’nin Gastronomi Turizmi Açısından Önemi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi 2. Uluslararası Sosyal Bilimler Lisansüstü Öğrenci Sempozyumu Bildiri Kitabı*, 162-178.
- Sabur, D. G., & Güneş, S. G. (2023a). Kayseri Bünyan ve Akkışla Gilaburusu Örneğinde Coğrafi İşaret Tescili ve Gastronomi Turizmi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 7(1), 141-156.
- Sabur, D. G., & Güneş, S. G. (2023b). Lezzet Turları ve Slow Food Hareketi. *Toros University Journal of Food Nutrition and Gastronomy*, 2(1), 105-123.
- Sağiroğlu-Arslan, A., (2018). Seyyid Burhaneddin Hz. Mezarlığı, Mezarları ve Mezar Taşları. Kayseri: Kayseri Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları Sanat Dizisi, Cilt 1, No: 141
- Santich, B. (2004). The Study of Gastronomy and its Relevance to Hospitality Education An Training. *Hospitality Management*, 23, 25-24.
- Scarpato, R. (2000). New Global Cuisine: the Perspective of Postmodern Gastronomy Studies. Unpublished Master's Thesis, RMIT University social Sciences Institute, Melbourne.
- Scarpato, R. (2001). Gastronomy As A Tourist Product The Perspective Of Gastronomy. In *Tourism and Gastronomy*,. London: Routledge, 65-84.

- Scarpato, R. (2002). Sustainable Gastronomy as a Tourist Products. In A. Hjalager & G. Richards, G. (Ed.), *Tourism and Gastronomy*. London-New York: Routledge.
- Selin, Ö. (2016). Beyaz Gazete, Kare kodlu Coğrafi İşaret Uygulaması. <https://www.beyazgazete.com/haber/2016/7/1/karekodlu-cografisiaret-uygulamasi-3362665.html>, [Erişim: 15 Ekim 2022].
- Sormaz, Ü., Özata, E. & Güneş, E. (2015). Turizmde Gastronomi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 67-73.
- Sönmez, M. E., & Somuncu, M. (2016). Sultansazlığı'nın Alansal Değişiminin Sürdürülebilirlik Açısından Değerlendirilmesi. *Türk Coğrafya Dergisi*, (66), 1-10.
- Sternberg, E. (1997). Turizm Deneyiminin İkonografisi. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 951-969.
- Strauss, A. L. & Corbin, J. (1990). *Basic of Qualitative Research: Grounded Theory Producers and Techniques*. Newbury Park, CA: Sage.
- Stronza, A. & Pêgas, F. (2008). Ekoturizm ve Koruma: Brezilya ve Peru'dan İki Vaka. *Yaban Hayatının İnsani Boyutları*, 13 (4), 263-279.
- Subaşı, M., & Okumuş, K. (2017). Bir Araştırma Yöntemi Olarak Durum Çalışması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2), 419-426.
- Surp Krikor Lusavoriç Ermeni Kilisesi Vakfı, (t.y). Kayseri Surp Krikor Ermeni Kilisesi Tarihçesi. <http://www.kayserikilisesi.org/index.asp>, [Erişim:10 Ekim 2022].
- Şahbaz, E. (2011). *Yiyecek Turizmi ve Yiyecek Turizmi Ürünleri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Şahin, G. G., & Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak “Gastronomi Turizmi”: İstanbul’un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.
- Şahin, H. L. (2004). *Anadolu’da Asur Ticaret Kolonileri Devri*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Yayınları, 20-21.
- Şahinbaş, K. (2018). Kayseri’de Geçiş Dönemlerine ve Belirli Günlere Özgü Mutfak Kültürü. *Uluslararası Beşeri Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 4(8), 100-112.
- Şanlıoğlu, Ö., & Erdem, A. (2017). Kayseri Örneğinde Yerel Halkın Turizm Faaliyetlerini Nasıl Algıladığının Tespitine Yönelik Bir Araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (27), 277-298.

- Şimşek Ş. (2022). *Kırsalda Yerel Kalkınma Açısından Toplum Temelli Turizm ve Kadın: Isparta-Kuyucak Lavanta Kokulu Köy Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Tanrıkulu, M., & Doğandor, E. (2021). Coğrafi İşaretleri ve Coğrafi İşaret Potansiyeliyle Bolu İli. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 223-257.
- Tekeli, İ. (1996). II. Habitat Konferansı Yazıları. Ankara: T.C. Toplu Konut İdaresi Başkanlığı.
- Tekelioğlu, Y. (2019). Coğrafi işaretler ve Türkiye uygulamaları. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 47-75.
- Temiz, T. (2019). *Konya Örneğinde Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gastronomi Turizmi Açısından Önemi*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Tepe-Balaban, S. (2016). Ekonomik Açıdan Coğrafi İşaretler. *FMR Dergisi*, 1, 57-62.
- Tikkanen, I. (2007). Maslow's Hierarchy and Food Tourism in Finland: Five Cases. *British Food Journal*, 109(9), 721-734.
- Timur, B. E., & Kevseroğlu, Ö. (2022). Kaya Oyma Geleneğinin İzinden Kırsal Morfolojiyi Anlamak: Kayseri Koramaz Vadisi Örneği. *Türkiye Kentsel Morfoloji Ağı*, 315-332.
- Tuncel, M. (1998). *Oluşum Çağları*. Metin Sözen (Ed.), Kapadokya, Ayhan Şahenk Vakfı, 16-43.
- Tuzcu, A. (2000). 19. Yüzyılın Başlarından – 20. Yüzyılın İlk Çeyreğine Seyyahların Gözüyle ve Konsolosluk Raporlarında Kayseri'nin İktisadi Yapısı. İçinde, 3. *Kayseri ve Yöresi Tarih Sempozyumu Bildirileri*, Kayseri, 527-552.
- TÜİK (2012.). Turizm İstatistik Portalı. <https://cip.tuik.gov.tr/>, [Erişim: 07 Ekim 2022].
- TÜİK (2022). Coğrafi İstatistik Portalı. <https://cip.tuik.gov.tr/>, [Erişim: 07 Ekim 2022].
- Türk Standartları Enstitüsü, (2015). Erciyes Kayak Ti'ne TSE'den Kalite Yönetim Sistem Belgesi. <https://www.tse.org.tr/Icerik/HaberDetay?HaberID=14662>, [Erişim: 10 Ekim 2022].
- Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası (2022). Yıllık Faaliyet Raporu <https://www3.tcmb.gov.tr/yillikrapor/2022/files/tr-full.pdf>.

Türkiye Kültür Portalı (t.y.a). Kapuzbaşı Şelaleleri, <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/kayseri/gezilecekyer/kapuzbasi-selaleleri>. [Erişim Tarihi: 17 Haziran 2023].

Türkiye Kültür Portalı (t.y.b). Erciyes Dağı, <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/genel/gezilecekyer/?etiket=erciyes+da%C4%9F%C4%B1>, [Erişim Tarihi: 17 Haziran 2023].

Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TURSAB), (2015). http://www.tursab.org.tr/dosya/12303/tursab-gastronomiturizmi-raporu_12303_3556638.pdf, [Erişim Tarihi: 30 Eylül 2022].

Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TURSAB), (2020). <https://www.tursab.org.tr/ziyaretci-sayilari/ziyaretci-sayilari-2020>, [Erişim: 08 Ekim 2022].

TÜRKPATENT (Türk Patent ve Marka Kurumu) (2020). *Marka ve coğrafi işaret başvurularının hazırlanması marka ve coğrafi işaret işlemleri ile ilgili bilgiler ve gerekli belgeler*, s. 40, Ankara.

TÜRKPATENT (Türk Patent ve Marka Kurumu). (2023). Coğrafi İşaretili Ürünler Portalı İstatistik. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/ProductGroup>, [Erişim: 30 Haziran 2023].

TÜRKPATENT (Türk Patent ve Marka Kurumu). (t.y.a). *Başvuru nasıl yapılır?* <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/ba%C5%9Fvuru-nas%C4%B1l-yap%C4%B1l%C4%B1r>, [Erişim: 20 Ekim 2022].

TÜRKPATENT (Türk Patent ve Marka Kurumu). (t.y.b). *Coğrafi işaret tescil başvurusu hazırlama ve inceleme esasları*. <https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/533E7857-C773-461F-B8DF-CD2BA8AA76B5.pdf>, [Erişim: 20 Ekim 2022].

TÜRKPATENT (Türk Patent ve Marka Kurumu). (t.y.c). *Coğrafi işaret nedir?*. <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/co%C4%9Frafi-i%C5%9Faret-nedir> [Erişim: 21 Ekim 2022].

TÜRKPATENT (Türk Patent ve Marka Kurumu). (t.y.d). *Tescil türleri*. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/Type>, [Erişim 21 Ekim 2022].

TÜRKPATENT. (Türk Patent ve Marka Kurumu). (2020). *Coğrafi işaretili ürünler ve geleneksel ürün adları*. <https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/8946322C-E661-4FE0-9286-ABFBC5B899B2.pdf>, [Erişim: 21 Ekim 2022].

- TÜRKPATENT. (Türk Patent ve Marka Kurumu). (2023). Coğrafi İşaretli Ürünler: Tescil ve Başvuru Sayısı. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/RegistrationAndApplication>, [Erişim: 30 Mart 2023].
- Uçuk, C. & İlhan, İ. (2021). Gastronomi Perspektifinden Estetik ve Yemek. *Aydın Gastronomy*, 5(1), 35-44.
- Uğuz, S. Ç. (2011). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Burhaniye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (24), 332-353.
- UN (United Nations), (1972). The Documents of the United Nations Conference on Human Environment-1972: Declaration on the Human Environment, *Declaration of Principles, Recommendations for Action*, Stockholm.
- UN (United Nations), (2014). Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/generalassembly/docs/globalcompact/A_RES_70_1_E.pdf, [Erişim Tarihi: 29 Eylül 2022].
- UN (United Nations), (2015). Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/generalassembly/docs/globalcompact/A_RES_70_1_E.pdf, [Erişim Tarihi: 29 Eylül 2022].
- UNDP, (2019). Ortak Geleceğimiz İçin Sürdürülebilir Turizm Raporu. <https://www.undp.org/tr/turkiye/publications/ortak-gelecegimiz-icin-surdurulebilir-turizm>.
- UNEP & UNWTO (2005). *Making Tourism More Sustainable- A Guide For Policy Makers*. Madrid: UNEP & UNWTO Publishing.
- UNEP & WTO. (2005). "Making Tourism More Sustainable: A Guide For Policy Makers". United Nations Environment Programme, Division of Technology, Industry and Economics. Paris.
- UNEP, ITC (International Trade Centre) & ICTSD (International Centre for Trade and Sustainable Development). (2012). Green Economy and Trade Opportunities. Draft for Comment, Tourism, 7.
- UNESCO (2022). UNESCO Creative Cities Network: Creativity for Sustainable Development. https://en.unesco.org/creativecities/sites/creativecities/files/unesco_uccn_en_2018.pdf, [Erişim: 06 Ekim 2022].

- UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, (t.y.). UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı. <https://unesco.org.tr/Pages/88/129/UNESCO-Yarat%C4%B1c%C4%B1-%C5%9Eehirler-A%C4%9F%C4%B1>. [Erişim Tarihi: 13 Haziran 2023].
- UNWTO (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook*. Madrid: UNWTO Publishing.
- UNWTO (2017). 2017 International Year Of Sustainable Tourism For Development. <https://www.unwto.org/tourism4development2017>, [Erişim Tarihi: 14 Nisan 2022].
- UNWTO (2017). “Tourism Highlights 2017 Edition” <https://www.eunwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284419029>, [Erişim Tarihi: 01 Ekim 2022].
- UNWTO (2019). *Definition of Sustainable Tourism*. <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5> [Erişim Tarihi: 04 Ekim 2022].
- UNWTO (2020). UNWTO World Tourism Barometer. <https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer-data>, [Erişim Tarihi: 04 Ekim 2022].
- UNWTO, (2012). *Global Report on Food Tourism*. http://dtxqtq4w60xqpww.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/global_report_on_food_tourism.pdf [Erişim Tarihi: 01 Ekim 2022].
- Uygurtürk, H., & Güner, Ş. N. (2021). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Markalaşma Algısı Üzerine Bir Araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(40), 377-394.
- Ünlü, N., & Buyruk, L. (2022). *Destinasyon Markalaşma Sürecinde Gastronomik Değerlerin Önemi: Amasya İli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Vanat, L. (2018). 2018 International Report On Snow and Mountain Tourism.
- Vital, F. (1999). Protection Of Geographical Indications: The Approach Of The European Union. In *WIPO, Symposium on the International Protection of Geographical Indications, Somerset West, Cape Province, September 1-2*.
- Weaver, D. B., & Lawton, L. (2014). *Tourism management*. Australia: John Wiley & Sons Ltd.
- WIPO. (2022), *Coğrafi işaret hakkında*, <https://www.wipo.int/madrid/en/>. [Erişim Tarihi: 22 Ekim 2022].

- Yağmahan, Ş. (2018). *Zenginlikler Şehri Kayseri'yi Keşfetmek: Kent İmgeleri*. https://www.academia.edu/39257097/Zenginlikler_%C5%9Eehri_Kayseriyi_Ke%C5%9Ffetmek_Kent_%C4%B0mgeleri, [Erişim: 18 Ekim 2022].
- Yanar, Ş. (2008). *Türkiye Selçukluları ve Beylikler Devrinde Kayseri'de Kültürel Hayat*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Yavuz, E. (2022). *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Yöresel Yemek Sunumunun Destinasyon Pazarlamasındaki Rolü: Safranbolu Konakları Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Yeşilhisar Belediyesi (t.y.). Soğanlı Vadimiz. <https://yesilhisar.bel.tr/kulturel/soganli-vadimiz>, [Erişim: 18 Ekim 2022].
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (9. Genişletilmiş Baskı). Seçkin Yayınevi.
- Yıldız, M. H. (2021). *Coğrafi İşaretle Ürünlerin Bölge Halkı Tarafından Bilinirliğinin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi: Isparta Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Yiğitbaşıoğlu, A. G. H., & Kocakuşak, A. G. S. (1993). DTCTF Mağaracılık ve Dağcılık Kolu Faaliyeti (1991): Aladağlar. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 36, 211.
- Yin, R. (1984). *Case Study Research: Design And Methods* (3. Edition). California: Sage Publications.
- Yönet Eren, F. (2018). *Coğrafi İşaret ile Tescilli Ürünlerin Gastronomik Destinasyonlara Etkisi: Kapadokya Bölgesi'nde Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacıbektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Yurtseven, R., & Kaya, O. (2011). *Eko-gastronomi ve sürdürülebilirlik*. Osman. E. Ç (Ed.), 11, 57-65.
- YÜCİTA. (2019). *Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretler Türkiye Araştırma Ağı*, <http://yucita.org/> [Erişim:17 Ekim 2022].
- Yüncü, H. R. (2010). *Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası*, İçinde S. Şengel (Ed), 10. Aybastı- Kabataş Kurultayı Yerel Değerler ve Yayla Turizmi, Ankara: Detay Yayıncılık, 27-34.

EKLER

EK 1

GÖRÜŞME SORULARI (YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİ)

1. Kayseri'nin yerel kalkınmasında turizmin etkili olduğunu düşünüyor musunuz? Cevabınız "Evetse" bu etki hangi turizm türü/leri sayesinde oluşmaktadır? Cevabınız "Hayırsa" nedenini açıkla mısınız?
2. Kayseri'nin gastronomi turizmi potansiyeline dair görüşleriniz nelerdir?
3. Kayseri'nin Gaziantep ve Hatay gibi önemli bir gastronomi destinasyonu olması için neler yapılmalıdır?
4. Kayseri'nin UNESCO yaratıcı şehirler ağına gastronomi alanından girmesine yönelik çalışmalarınız bulunmakta mıdır? Bu konuda neler yapılabilir?
5. Coğrafi işaretli ürünler hakkında ne düşünüyorsunuz?
6. Coğrafi işaretli ürünlerin işletmelerde kullanımının gastronomi turizmi açısından ne gibi faydaları olabilir?
7. İşletmenizde coğrafi işaretli gıda ürünleri kullanıyor musunuz? Cevabınız "Evetse" hangi ürünler menünüzde yer almaktadır?
8. Coğrafi işaretli ürünlerin kullanımının işletmenize katkı sağlaması için neler yapılabilir?

GÖRÜŞME SORULARI (YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİ HARİCİNDEKİ ÇALIŞMA GRUBU)

1. Kayseri'nin yerel kalkınmasında turizmin etkili olduğunu düşünüyor musunuz? Cevabınız "Evetse" bu etki hangi turizm türü/leri sayesinde oluşmaktadır? Cevabınız "Hayırsa" nedenini açıkla mısınız?
2. Kayseri'nin gastronomi turizmi potansiyeline dair görüşleriniz nelerdir?
3. Kayseri'nin Gaziantep ve Hatay gibi önemli bir gastronomi destinasyonu olması için neler yapılmalıdır?
4. Kayseri'nin UNESCO yaratıcı şehirler ağına gastronomi alanından girmesine yönelik çalışmalarınız bulunmakta mıdır? Bu konuda neler yapılabilir?
5. Kayseri'nin coğrafi işaretli gıda ürünleri ilin sürdürülebilir gastronomi turizmi gelişimi açısından nasıl bir etkiye sahiptir? (Coğrafi işaretli ürünler Kayseri'nin sürdürülebilir gastronomi turizminin sağlanabilmesi için kullanılabilir mi?)
6. Kayseri'nin coğrafi işaretli ürünlerin bilinirliğini artırmak ve bölgesel gastronomi turizm gelişimine katkı sağlamak için bölgedeki paydaşlar vasıtasıyla ne gibi çalışmalar yapılabilir?

EK 2

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
TURİZM FAKÜLTESİ
BİLİMSEL ETİK VE DEĞERLENDİRME KURULU

TOPLANTI TARİHİ: 07/12/2022

TOPLANTI GÜNDEMİ: Prof. Dr. S. Gül GÜNEŞ Etik Kurul Başvuru Değerlendirmesi

KARAR 135: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalında Yüksek Lisans Öğrencisi olan Dilek Gökçen Sabur'un danışmanlığını yapan Prof. Dr. S. Gül GÜNEŞ'in yürütmüş olduğu "Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Açısından Coğrafi İşaretli Ürünler: Kayseri Örneği" başlıklı tez çalışması için araştırmada kullanmak üzere 02.01.2023-15.09.2023 tarihleri arasında Kayseri'de konuyla ilgili paydaşlara uygulayacağı görüşme formu, içerik vb. Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Bilimsel Etik ve Değerlendirme Kurulu tarafından **UYGUN GÖRÜLMÜŞTÜR.**

Bu karar, toplantıya katılanların oy çekilişi / oy birliği ile kabul edilmiştir.