



**AFYONKARAHİSAR'DA GASTRONOMİ
SUNUMUNUN GELİŞTİRİLMESİ: UNESCO
GASTRONOMİ KENTİ GAZİANTEP
REHBERLİĞİNDE BİR DEĞERLENDİRME**

Hülya GÖKGÖZ

Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Sabri ÇELİK

Haziran 2017

Afyonkarahisar

T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

AFYONKARAHİSAR'DA GASTRONOMİ SUNUMUNUN
GELİŞTİRİLMESİ: UNESCO GASTRONOMİ KENTİ
GAZİANTEP REHBERLİĞİNDE BİR
DEĞERLENDİRME

Hazırlayan
Hülya GÖKGÖZ

Danışman
Yrd. Doç. Dr. Sabri ÇELİK

AFYONKARAHİSAR 2017

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “**Afyonkarahisar’da Gastronomi Sunumunun Geliştirilmesi: UNESCO Gastronomi Kenti Gaziantep Rehberliğinde Bir Değerlendirme**” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’da gösterilen eserlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

29/06/2017

Hülya GÖKGÖZ

İmza

TEZ JÜRİSİ KARARI VE ENSTİTÜ MÜDÜRLÜĞÜ ONAYI

TEZ JÜRİSİ KARARI VE ENSTİTÜ ONAYI

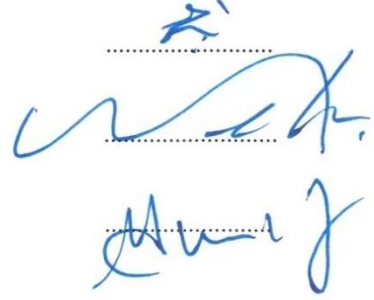
JÜRİ ÜYELERİ

Tez Danışmanı : Yrd. Doç. Dr. Sabri ÇELİK

Jüri Üyeleri : Doç. Dr. Mustafa SANDIKÇI

: Yrd. Doç. Dr. Mustafa AKSOY

İmza



Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans öğrencisi Hülya GÖKGÖZ'ün **“Afyonkarahisar’da Gastronomi Sunumunun Geliştirilmesi: Unesco Gastronomi Kenti Gaziantep Rehberliğinde Bir Değerlendirme”** başlıklı tezi, 29.06.2017 günü saat 11:00’da Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Sınav Yönetmeliği’nin ilgili maddeleri uyarınca yukarıda isim ve imzaları bulunan jüri üyeleri tarafından değerlendirilerek kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Ahmet YARAMIŞ

Sosyal Bilimler Enstitü Müdürü

ÖZET

AFYONKARAHİSAR’DA GASTRONOMİ SUNUMUNUN GELİŞTİRİLMESİ: UNESCO GASTRONOMİ KENTİ GAZİANTEP REHBERLİĞİNDE BİR DEĞERLENDİRME

Hülya GÖKGÖZ

AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

Haziran 2017

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Sabri ÇELİK

Özellikle 20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren alternatif turizm hareketlerine katılma konusunda artan bir eğilim vardır. Turizm sektörü “deneyim sektörüne” dönüşmekte ve özellikle kültürel değerlerin konukseverlik endüstrisinde artan bir öneme sahip olması ile turistler bir destinasyonu sadece gezip görmekle kalmayıp, aynı zamanda o bölgenin kültürünü deneyim yaşayarak öğrenmektedir. Mutfak kültürü, bir destinasyonun kültürünü yansıtan en önemli kültürel miraslardan biridir ve pek çok destinasyon için önemli bir çekicilik olarak algılanmaktadır. Yöresel gastronomi sunumları ile turistlerin özellikle “farklı ev sahibi kültürler hakkında bilgi sahibi olma”, “otantik ve değişik tecrübeler yaşama” ve “değişik yiyecekler tatma” şeklindeki beklentileri tatmin edilmektedir.

Bu çalışmanın amacı, Afyonkarahisar’daki gastronomi sunumunu, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağındaki gastronomi destinasyonlarından biri olan Gaziantep rehberliğinde geliştirmektir.

Literatür taraması ile başlayarak, Afyonkarahisar ve Gaziantep’in gastronomi sunumları arasındaki farklılıkların tanımlanması için doküman analizi ve gözlem tekniği uygulanmıştır. Ek olarak, Afyonkarahisar’daki gastronomi sunumunun zenginleştirilmesi adına konuyla ilgili uzman görüşüne başvurulmuştur. Nihayetinde bu çalışmanın bulgularının değerlendirilmesine bağlı olarak öneriler sunulmuştur ve bunların Afyonkarahisar’daki gastronomi sunumunun geliştirilmesine pozitif katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Afyonkarahisar, Gastronomi Sunumu, Gaziantep, UNESCO Gastronomi Kenti

ABSTRACT

IMPROVEMENT OF GASTRONOMY PRESENTATION IN AFYONKARAHISAR: AN EVALUATION IN THE GUIDANCE OF UNESCO CITY OF GASTRONOMY GAZIANTEP

Hülya GÖKGÖZ

**AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
THE INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES
DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT**

June 2017

Advisor: Asst. Prof. Dr. Sabri ÇELİK

Especially since the last quarter of twentieth century there is an increasing tendency to join alternative tourism movements. Hospitality industry is transforming to ‘experience sector’ and particularly as cultural values have an increasing emphasis within hospitality industry, tourists are not only visiting the sights but they also try to learn the culture of region by living experiences. Culinary culture is one of the most important heritages reflecting a destination’s culture and it is perceived as an important tourist attraction for many destinations. With local gastronomy presentations, especially tourists’ expectations as ‘being informed about a different host-culture’, ‘living authentic and different experiences’ and ‘tasting different food’ are satisfied.

The aim of this study is improving the gastronomy presentation in Afyonkarahisar in the guidance of Gaziantep as one of gastronomy destinations listed within UNESCO Creative Cities Network.

Starting with a literature review, document analysis and observation techniques were applied for the definition of the differences between gastronomy presentation of Afyonkarahisar and Gaziantep. Additionally, to improve the presentation of gastronomy in Afyonkarahisar face to face surveys was performed with the specialists. Finally, suggestions were provided through the evaluation of findings and they are expected to make positive contribution for the improvement of gastronomy presentation in Afyonkarahisar.

Keywords: Afyonkarahisar, Gastronomy Presentation, Gaziantep, UNESCO City of Gastronomy

ÖNSÖZ

“Afyonkarahisar’da Gastronomi Sunumunun Geliştirilmesi: UNESCO Gastronomi Kenti Gaziantep Rehberliğinde Bir Değerlendirme” başlıklı tez çalışmamın her aşamasında bilgi ve önerileriyle beni yönlendiren, moral ve motivasyon veren, yoğun çalışma temposunda bile vakit ayıran, anlayış ve rehberliğini örnek aldığım; çok değerli danışmanım Sayın Yrd. Doç. Dr. Sabri ÇELİK hocama teşekkürlerimi sunmayı bir borç bilirim. Ayrıca lisans öğrenimimin temellerini atan ve her zaman kalbimde yerleri olan çok kıymetli Sayın Öğr. Gör. Adnan AKIN, Sayın Öğr. Gör. Aliye AKIN ve Sayın Öğr. Gör. Hüseyin ALTINEL hocalarıma teşekkürlerimi arz ederim. Tez aşamasında yardımlarını esirgemeyen Sayın Doç. Dr. Mustafa SANDIKCI, Sayın Doç. Dr. Ahmet BAYTOK, Sayın Doç. Dr. Hasan Hüseyin SOYBALI, Sayın Yrd. Doç. Dr. Asuman PEKYAMAN, Sayın Yrd. Doç. Dr. Hatice YILMAZ, Sayın Öğr. Gör. Erkan ÇELİK, Sayın Melek YAVUZ hocalarıma ve tez jürime katılan Sayın Yrd. Doç. Dr. Mustafa AKSOY hocama katkı ve görüşleri için sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Tanıdığım ender insanlardan en önemlisi Sayın Prof. Dr. Ozan BAHAR hocama anlayışı, güler yüzü, yol göstericiliği ve mükemmel eğitimciliği için teşekkürlerimi sunarım.

Gaziantep Büyükşehir Belediyesi personellerine, Gaziantep halkına ve Afyonkarahisar’da hizmet veren otel çalışanlarına katkılarından dolayı teşekkürlerimi sunarım. Dualarını ve iyi dileklerini benden esirgemeyen, evlerini açan, fikirlerini paylaşan, yol gösteren tüm arkadaşlarıma teşekkür ederim.

Hayatımın her anında ilgilerini, sevgilerini, dualarını ve desteklerini hep hissettiğim, sayısız fedakârlıkta bulunan, her zaman yanımda olan, başarımın mimarları; babam, annem, ablam ve kardeşime, her sınavımda küçük ellerini açıp dua eden yeğenime sonsuz ve içten teşekkürlerimi sunarım.

Hülya GÖKGÖZ

İÇİNDEKİLER

Sayfa

YEMİN METNİ	ii
TEZ JÜRİSİ KARARI VE ENSTİTÜ MÜDÜRLÜĞÜ ONAYI	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT	v
ÖNSÖZ.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar LİSTESİ.....	x
RESİMLER LİSTESİ.....	xi
EKLER DİZİNİ.....	xiii
KISALTMALAR DİZİNİ	xiv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1. GASTRONOMİ KAVRAMI	4
1.1. GASTRONOMİNİN TARİHÇESİ VE GELİŞİMİ	5
1.2. GASTRONOMİNİN TANIMI.....	8
1.3. GASTRONOMİ İLE İLGİLİ KAVRAMLAR.....	11
1.3.1. Gastronom	11
1.3.2. Gurme	14
1.3.3. Degüstatör.....	15
1.3.4. Moleküler Gastronomi	15
1.3.5. Füzyon Mutfak.....	17
1.4. GASTRONOMİNİN DİĞER BİLİMLERLE İLİŞKİSİ	17
1.5. GASTRONOMİNİN TURİZM SEKTÖRÜ AÇISINDAN ÖNEMİ	17
2. GASTRONOMİ TURİZMİ KAVRAMI	21
2.1. GASTRONOMİ TURİZMİNİN TANIMI	22
2.2. GASTRO TURİSTİN TANIMI VE SEYAHAT MOTİVASYONLARI	23

3. ŞEHİR KİYASLAMASI.....	24
BÖLÜM SONUCU.....	27

İKİNCİ BÖLÜM

UNESCO GASTRONOMİ KENTİ GAZİANTEP

1. GAZİANTEP HAKKINDA GENEL BİLGİLER.....	28
2. GAZİANTEP MUTFAK KÜLTÜRÜ	30
3. UNESCO YARATICI ŞEHİRLER AĞI HAKKINDA GENEL BİLGİLER	35
4. DÜNYA GASTRONOMİ ŞEHİRİ GAZİANTEP	38
4.1. GAZİANTEP’TE GASTRONOMİ ALANINDA DÜZENLENEN ETKİNLİKLER VE ÇALIŞMALAR	43
4.2. GASTRONOMİ ALANINDA REHBER KRİTERLERİN GAZİANTEP MUTFAĞI AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ	49
4.3. GAZİANTEP ŞEHRİNDE GASTRONOMİ YOLUYLA MARKA OLAN MEKÂNLAR VE UYGULAMALARI	54
BÖLÜM SONUCU.....	57

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AFYONKARAHİSAR'IN MUTFAK KÜLTÜRÜ VE GASTRONOMİ SUNUMUNUN GELİŞTİRİLMESİ

1. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ VE AMACI	58
2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	60
2.1. ARAŞTIRMADA KULLANILAN VERİ TOPLAMA TEKNİKLERİ	65
2.1.1. Görüşme.....	65
2.1.2. Gözlem	68
2.1.3. Doküman İncelemesi.....	69
3. ARAŞTIRMA ALANI OLARAK AFYONKARAHİSAR.....	71
3.1. AFYONKARAHİSAR TURİZM İSTATİSTİKLERİ	74
3.2. AFYONKARAHİSAR MUTFAK KÜLTÜRÜ	76
3.2.1. Afyonkarahisar Mutfağı’na Ait Bazı Reçeteler	81

3.2.2. Afyonkarahisar’ın Marka Olmuş Gastronomi Ürünleri	85
3.2.3. Afyonkarahisar’da Gastronomi Yoluyla Marka Olan Mekânlar ve Uygulamaları	86
4. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME	90
4.1. YARI YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞMELERDEN ELDE EDİLEN BULGULAR	90
4.1.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	91
4.1.2. Katılımcıların Çalışma Sürelerine İlişkin Bulgular	95
4.1.3. Katılımcıların Afyonkarahisar Hakkındaki Görüşleri	96
4.1.4. Afyonkarahisar’ın Sahip Olduğu Değerlerin Turizm Sektöründe Kullanılabilirliği.....	99
4.1.5. Katılımcıların Turist Profilleri ve Seyahat Motivasyonları Hakkındaki Görüşleri.....	107
4.1.6. Katılımcıların Afyonkarahisar’ın Gastronomi Turizmi Açısından Potansiyeli ve Gastronomi İmajı Hakkındaki Görüşleri	122
4.1.7. Katılımcıların Afyonkarahisar’da Gastronomi Turizminin Geleceği Hakkındaki Görüşleri	140
4.1.8. Katılımcıların Afyonkarahisar’da Gastronomi Sunumunun Geliştirilmesinde Yapılacakların Belirlenmesine Yönelik Görüşleri..	145
4.2. KIYASLAMA SONUCU ELDE EDİLEN BULGULAR	155
4.2.1. Doküman Analizinden Elde Edilen Bulgular	156
4.2.2. Gözlem Yoluyla Elde Edilen Bulgular	164
4.2.2.1. Yiyecek İçecek ile İlgili Mekânlarda Yapılan Gözlemler	164
4.2.2.2. Etkinliklerde Yapılan Gözlemler	187
4.2.3. UNESCO Gastronomi Şehri Rehber Kriterleri Işığında Gaziantep ve Afyonkarahisar İllerinin Kıyaslanması	195
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	205
KAYNAKÇA	218
EKLER.....	228

TABLÖLAR LİSTESİ

	Sayfa
Tablo 1. Görüşülen Kişilere İlişkin Bilgiler	67
Tablo 2. Görüşmelere İlişkin Bilgiler.....	67
Tablo 3. Gözlemlere İlişkin Bilgiler.....	69
Tablo 4. Web Sitelerine İlişkin Bilgiler	70
Tablo 5. Tanıtım Materyallerine İlişkin Bilgiler	70
Tablo 6. Afyonkarahisar İlinde Bulunan Turizm İşletme Belgeli ve Yatırım Belgeli Konaklama Tesisleri ile ilgili İstatistikler (2000-2016).....	74
Tablo 7. Afyonkarahisar İline Gelen Turist Sayısı (2000-2016).....	75
Tablo 8. Afyonkarahisar’da Yemekli Toplantı ve Davetler	77
Tablo 9. Afyonkarahisar’ın Marka Olmuş Gastronomi Ürünleri.....	86
Tablo 10. Oluşturulan Temaların Kodları	91
Tablo 11. Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	94
Tablo 12. Katılımcıların Çalışma Süreleri.....	96
Tablo 13. Afyonkarahisar’da Geliştirilmesi Gereken Alternatif Turizm Türü	107
Tablo 14. Afyonkarahisar’ın Turist Profili Hakkında Bulgular	121
Tablo 15. Yerel Yönetimlere Ait Web Siteleri ile İlgili Bulgular	158
Tablo 16. Tanıtım Materyallerinden Elde Edilen Bulgular	162
Tablo 17. Gaziantep ve Afyonkarahisar İllerindeki Yiyecek İçecek ile İlgili Mekânlardan Elde Edilen Bulgular	194
Tablo 18. Gaziantep ve Afyonkarahisar İllerinin Gastronomi Kriterlerine Göre Kıyaslanması	203

RESİMLER LİSTESİ

Sayfa

Resim 1-2. Mekân 1 Genel Görünüm ve Katmer Yapılışı	165
Resim 3-4. Katmer Sunumuna Hazırlık ve Katmer Sunumu	166
Resim 5. Mekân 1'e Ait Broşür	166
Resim 6. Mekân 2 Genel Görünüm	167
Resim 7-8. Baharatlar	167
Resim 9-10. Yöresel Ürünler	168
Resim 11-12. Antep Evi ve Mekân 3 Genel Görünüm.....	168
Resim 13. Yöresel Ürün Kendir	169
Resim 14-15. Kebap Yapılışı.....	169
Resim 16-17. Kebap Garnitürleri	170
Resim 18-19. Beyran Hazırlanışı.....	170
Resim 20. Beyran Sunumu	170
Resim 21. Ciğer Kebabı.....	171
Resim 22-23. Gaziantep Mutfağı Bilgi Panosu ve Meyveler Bilgi Panosu	172
Resim 24-25. Kahve Pişirilmesi ve Yuvalama Yapılışı	172
Resim 26-27. Tandır Başında Kuruyemiş Yenilmesi ve Bakır Tabaklar	173
Resim 28-29. Mekân 6 Oturma Alanı ve Kahve Pişirilmesi	173
Resim 30-31. Mekân 6'ya Ait Su Kuyusu ve Mekân Girişi.....	174
Resim 32-33. Demirci Dükkânı ve Bıçak Çeşitleri	175
Resim 34-35. Bakır Araç Gereçler	175
Resim 36-37. Mekân 7 Genel Görünüm ve Paşa Mangalı	175
Resim 38. Bakır Sürahiler.....	176
Resim 39-40. Manda Fıçı Ayrar ve Manda Sütünden Yapılmış Sütlaç.....	177

Resim 41-42. Izgara Köfte ve Gıda Mağazası.....	178
Resim 43-44. Et Dinlendirme Dolabı ve Ezilmiş Haşhaş.....	178
Resim 45. Haşhaş Yağı Çıkarma Makinesi	178
Resim 46. Haşhaş Yağı.....	179
Resim 47-48. Mekân 9 Dış Görünüm ve İç Görünüm	180
Resim 49. Türk Kahvesi ve Konak Şerbeti	180
Resim 50-51. Mekân 10 Dış ve İç Görünüm.....	181
Resim 52. Kuzu Tandır Sunumu	181
Resim 53-54. Mekan 10 Dış ve İç Görünüm.....	182
Resim 55. Kaymaklı Ekmek Kadayıfı	183
Resim 56-57. Mekân 12 Dış ve İç Görünüm.....	184
Resim 58-59. Döner Sunumu ve Tandırda Ekmek Pişirilmesi.....	184
Resim 60-61. Mekân 13 Dış Görünüm ve Lokum Kesimi.....	185
Resim 62-63. Bükme Hazırlanışı.....	186
Resim 64-65. Ekmek Pişirilmesi	186
Resim 66-67. Mayalı Bükme Hazırlanışı	186
Resim 68. Burmalı Mahalle Fırını	187
Resim 69-70. Şehir Turu Afişi ve 17 Mart 2017 Şehir Turu Ulu Cami	189
Resim 71-72. 17 Mart 2017 Şehir Turu Afyonkarahisar Evleri ve Millet Hamamı	189
Resim 73-74. Maydanoz Musakka ve Soğan Yahnisi	191
Resim 75-76. Haşhaşlı Bulgur Pilavı ve Cızdırma.....	191
Resim 77-78. Kaymaklı Ekmek Kadayıfı ve Hurma (Fırma) Tatlısı	191
Resim 79. Katmer	192
Resim 80-81. Otellerde Yer Alan Şehir Turu Afişleri.....	193

EKLER DİZİNİ

	Sayfa
EK 1: Görüşme İstek Mektubu.....	228
EK 2: Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu	229
EK 3: Gözlem Formu	231
EK 4: Deşifre Örneği.....	232



KISALTMALAR DİZİNİ

AB	: Avrupa Birliği
Akt.	: Aktaran
AVM	: Alışveriş Merkezi
bt.	: Bilinmeyen Tarih
Çev.	: Çeviren
Diğ.	: Diğerleri
Edt.	: Editör
GAP	: Güneydoğu Anadolu Projesi
gr.	: Gram
kg.	: Kilogram
MÖ	: Milattan Önce
No.	: Numara
S.	: Sayısı
vb.	: Ve benzeri
vd.	: Ve diğerleri
vs.	: Vesaire

GİRİŞ

Küreselleşme olgusuyla birlikte pek çok alanda ciddi değişim ve dönüşümler yaşanmaktadır. Uluslararası ilişkilerde, ulusal ilişkilerde, toplumlararası ilişkilerde, hatta günlük yaşam alanlarında, bu değişim ve dönüşümler ciddi sonuçlar doğurmakta, yeni oluşumlar ortaya çıkarmaktadır (Celasun, 2000: 1). Söz konusu değişim ve dönüşümlerin yaşandığı, yeni oluşumların gözlemlendiği sektörlerden biri de turizmdir.

Turistler kitlesel turizm ürünleri yerine alternatif turizm türleri kapsamında sunulan ürünleri tercih etmektedir. Bu durum, alternatif turizm türlerinin gelişmesine, destinasyonlar arasında rekabetin artmasına ve turizm endüstrisinin giderek ‘deneyim endüstrisi’ kimliğine bürünmesine (Opaschowski, 2001) neden olmaktadır. Destinasyon yönetiminde ve geliştirilmesinde rol alan paydaşlar ise, hem yoğun rekabet ortamında rakiplerine karşı üstünlük sağlamak hem de değişen turist beklentilerine cevap verebilmek için alternatif turizm türlerini bölgeye özgü doğal, tarihi ve kültürel değerleri kullanarak geliştirmektedirler. Turizmin çeşitlendirilmesini ve on iki aya yayılmasını sağlayan bu değerler arasında kültürel değerler önemli bir yer teşkil etmektedir. Özellikle, taklit edilemeyen ve bir yörenin özgün ürünü olarak algılanan mutfak kültürü destinasyonlar için tükenmez bir kaynak olarak algılanmaktadır.

Bir bölgenin turizm açısından gelişebilmesi için, bölgeye özgü çekiciliklerin belirlenmesi ve belirlenen bu değerlerin hedef pazarda tanıtılması gerekmektedir. Günümüzde bir bölgenin cazibe merkezi olmasında, gastronominin önemli bir role sahip olduğu düşünülmektedir (Denizer, 2008: 13). Bu bağlamda, destinasyon pazarlaması kapsamında bir bölgeye özgü gastronomiye ait unsurların yoğun olarak kullanılmasıyla, o bölgede gastronomi turizmine olan talep ve gastronomi ile ilgili turizm faaliyetlerinden elde edilen gelir artmaktadır. Bu çerçevede, yoğun rekabet ortamında rakiplerine karşı üstünlük sağlamayı hedefleyen destinasyonlar için gastronomi sunumunun geliştirilmesi önem arz etmektedir.

Gastronomi sunumu, bir bölgenin mutfak kültürünü tanımak, yöresel ürünlerini öğrenmek, tatmak ve otantik bir deneyim edinmek amacıyla gelen ziyaretçilerin, bölgenin yiyecek içecek kültürü ile buluşmasını sağlamak üzere her

türlü etkinliği içeren bir çabadır. Bir bölgenin mutfak kültürünü tanımak, yöresel ürünlerini tatmak, söz konusu ürünlerin yapılišını ve sunumunu özgün şekliyle öğrenip otantik bir deneyim edinmek isteyen gelir ve eğitim düzeyi yüksek turistler, “Gastro Turist” olarak adlandırılmaktadır (Hatipoęlu, 2014). Temel güdüsü yeme içme olan bu turist grubu için ziyaret edilen bölgeye ait mutfak kültürünün özgünlüğünü yitirmeden aktarılması önem arz etmektedir. Bu açıdan kültürel değerlerini, gelenek ve göreneklerini koruyarak geliştiren destinasyonların, sahip oldukları gastronomi değerlerinin doğru tanıtımı ile gastronomi turizminde başarılı olacakları açıktır.

Gastronomi turizmi dünyada hızla büyümekte olan kültür turizmi pazarının önemli bir parçası olarak, hem toplumsal ve ekonomik kalkınmaya, hem de kültürler arası iletişime katkı sağlamaktadır (Üner, 2014: 23). Geçmişini merak eden insanoğlunun geçmişin güncel yansıması olan kültürleri öğrenme isteği ve gastronomi turizmine olan ilgisi her geçen gün artmakta, birçok destinasyon, gastronomi kapsamındaki zenginliklerini temel çekicilik faktörü olarak belirlemektedir (Aksoy ve Sezgi, 2015: 80). Bunun yanı sıra, gelişmekte olan turistik destinasyonlarda genellikle gastronomi kapsamındaki zenginlikler destek çekicilik faktörü (Bahar ve Kozak, 2005) olarak görülmekte ve temel çekicilik faktörünü güçlendiren bir şekilde değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, gastronomi turizminin dört mevsime yayılması, turizm türlerinin geliştirilmesine ve alternatif ürünlerin sunulmasına katkı sağlaması nedeniyle destinasyonlarda genellikle alternatif bir turizm türü olarak geliştirilmektedir. Nitekim temel çekiciliğin özellikle kültürel değerlerle desteklenmesi ile bölgede turizm faaliyetlerinin on iki aya yayılması sağlanmış olacaktır.

Çalışmanın uygulama alanı olarak belirlenen Afyonkarahisar’ın turizm sektörü dâhilinde temel çekiciliği “Termal Turizm” olarak belirlenmiştir. Sürdürülebilirlik açısından temel çekicilik olarak belirlenen termal zenginliğin alternatif sunumlarla desteklenmesi gerekmektedir. Bu anlamda, sahip olunan zengin mutfak kültürünün ve gastronomi değerlerinin etkin bir şekilde kullanılması, tanıtılması ve sunulması gereklidir. Gastronomi sunumu anlamında etkin performans sergileyen destinasyonları incelemek, başarılı uygulamalarını değerlendirmek ve destinasyon temelli karşılaştırmalar yapmak, Afyonkarahisar’da etkin bir gastronomi

sunumu için yapılacakların belirlenmesi açısından önem arz etmektedir. Bu nedenle, araştırmada UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağındaki Dünya Gastronomi Kenti Gaziantep örnek olarak alınmıştır. Bu çerçevede çalışmanın amacı, uluslararası düzeyde gastronomi kenti olarak kabul görmüş Gaziantep ve gastronomi sunumunun geliştirilmesi amaçlanan Afyonkarahisar'ın gastronomi değerlerini belirlemek ve gastronomi kenti Gaziantep ile karşılaştırarak Afyonkarahisar'ın gastronomi sunumunu geliştirmek için çözüm önerileri üretmektir.

Çalışmanın birinci bölümünde gastronomi ile ilgili kavramlar, gastronomi turizmi ve şehir kıyaslaması teorik açıdan incelenmiş ve tanımlanmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde örnek teşkil eden UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağındaki Dünya Gastronomi Kenti Gaziantep'in gastronomi turizmine yönelik ürünleri ve uygulamaları incelenmiş olup, UNESCO Gastronomi Kenti olabilmek için rehber kriterler açıklanmıştır. Ayrıca Gaziantep'in Gastronomi Kenti olarak belirlenmesinde etkili olan değerler ve yapılması planlanan etkinlik ve uygulamalar açıklanmıştır. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı ve başvuru süreci hakkında bilgi verildikten sonra Gaziantep'in başvuru süreci kapsamlı bir şekilde anlatılmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde ise, Afyonkarahisar'ın mutfak kültürü ve gastronomi anlamında sahip olduğu değerleri incelenmiş olup, Gaziantep'in gastronomi uygulamaları ile karşılaştırılmıştır.

Uygulama bölümünde nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın içeriğini oluşturan veriler, çeşitleme yoluna gidilerek elde edilmiştir. Afyonkarahisar'da, gastronomi alanında çalışmalar yapmış, konunun uzmanı yirmi beş kişi ile yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilerek konu ile ilgili görüşleri alınmıştır. Ayrıca gözlem ve doküman analizi yapılarak kıyaslama için veriler elde edilmiştir. Hem görüşlerine başvurulmuş kişilerin görüşleri doğrultusunda, hem de örnek olarak seçilen Gaziantep'in gastronomi sunumu rehberliğinde Afyonkarahisar'da gastronomi sunumunun geliştirilmesi için yapılacaklar belirlenmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın sonucunda Afyonkarahisar'da gastronomi sunumunun geliştirilmesi için çözüm önerileri sunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Afyonkarahisar’da gastronomi sunumu ve geliştirilmesinin konu edinildiği bu çalışmanın birinci bölümünde, gastronomi ile ilgili kavramlar açıklandıktan sonra gastronominin turizm sektörü açısından önemine vurgu yapılacaktır. Daha sonra gastronomi turizmi ve gastro turist kavramları hakkında bilgi verilecektir. Birinci bölümün sonunda ise şehir kıyaslaması açıklanacaktır.

1. GASTRONOMİ KAVRAMI

Gastronomi sözcüğüne ilk olarak M.Ö. 4. yüzyılda Antik Yunan döneminde Archestratus tarafından yazılan ve Akdeniz bölgesindeki yiyecek ve şaraplar hakkında bilgi veren “Gastronomia” adlı kitapta rastlanmaktadır (Wilkins ve Hill, 1994: 35, akt. Santich, 2004: 16). Santich’e (2004: 16) göre Gastronomia, Akdeniz bölgesinde en iyi yiyecek ve şarabın nerede bulunduğuna ilişkin bilgiler verdiğinden dolayı gastronomi ile turizm arasındaki ilişkiyi ortaya koyan ilk kitap olma özelliği taşımaktadır. Bu düşüncenin sebebi, söz konusu kitapta gastronomi seyahatlerinin temelini teşkil eden bilgilerin yer almasıdır. Ancak, bu eser alıntılar hariç günümüze ulaşmamıştır.

Gastronomi kavramı Joseph Berchoux’un “Gastronomie ou L’Homme des Champs a Table” (Gastronomi ya da Tarladan Sofraya İnsan) adlı eseriyle birlikte 1801 yılından itibaren literatüre girmiştir. Gastronomi ile ilgili ilk bilimsel çalışma ise, Fransız Jean Anthele Brillat-Savarin (1755-1826) tarafından yapılmıştır. 1825 yılında “La Physiologie du gout” yayımlanmış ve Tat Alma Fizyolojisi (The Physiology of Taste) olarak İngilizce, İspanyolca ve Almancaya çevrilmiştir (Santich, 2004: 17). Brillat-Savarin tarafından yapılan bu çalışma, gastronominin diğer bilim dalları ile arasındaki ilişkiyi bilimsel olarak inceleyen daha sonraki çalışmalara zemin hazırlamıştır (Kivela ve Crotts, 2006: 355). Nitekim 19. yüzyıldan

itibaren gastronomiye yönelik bilimsel anlayış hızla gelişmiş ve akademik bir disiplin olma yolunda ilerleme kaydetmiştir.

Gastronomi kavramını incelemeye tarihsel gelişimi, tanımı, ilgili kavramları, diğer bilimlerle ilişkisi ve turizm sektörü açısından önemini açıklayarak başlamak gerekmektedir.

1.1. GASTRONOMİNİN TARİHÇESİ VE GELİŞİMİ

Gastronomi insanlık tarihiyle başlamıştır çünkü beslenme insan ihtiyaçları arasında fizyolojik ihtiyaçlar başlığı altında öncelikli bir gereksinim olarak değerlendirilmektedir. Bu dönemde pişirme yöntemleri ve diğer lezzet vericiler bilinmediği için doğal tüketim ön plandadır. Gastronomi yiyeceğin doğasını araştırdığı için, insanlık tarihiyle başladığı şeklindeki söylemin kabul edilebilirliği akademik düzeyde tartışmaya açılması gereken bir konudur. İlk insanlar her şeyin en doğalını tüketmişlerdir, buna bağlı olarak, her ne kadar gastronomideki lezzet arayışı pişirme yöntemlerinin bulunmasından sonra başlamış ise de, doğallık arayışının cevabı o dönemde verilmiştir.

Ateşin keşfi ile insanoğlu yiyeceklerini pişirmeyi öğrenmiş ve yemek yeme eylemi lezzetli ve tüketimi kolay bir hale gelmiştir. Toplayıcılık, avcılık ve tarım faaliyetleri ile insanoğlunun beslenme şekilleri değişmiş ve tükettikleri yiyecek sayısında artış meydana gelmiştir. Yiyeceklerin çeşitlenmesine paralel olarak farklı pişirme yöntemleri ve mutfak araç gereçleri keşfedilip mutfak kavramı insanların beğenileri ve çabaları doğrultusunda gelişme göstermiştir (Ciğerim, 2001).

Gastronomi, pişirme yöntemlerinin ve lezzet vericilerin kullanılması, çeşitlenmesi ve yeme içme faaliyetinin ihtiyaç karşılamaktan öteye geçen bir faaliyet olarak algılanmasıyla gelişme göstermiştir. Yeme içme faaliyetlerindeki bütün bu gelişmeler ateşin keşfi ile başladığından, gastronominin gelişiminin de ateşin keşfi ile başlayıp, pişirme yöntemlerinin gelişimi ile sürdüğü görülmektedir. Örneğin, ateşin keşfi ile insanlar yiyeceklerini sadece kolay çiğnemek ve uzun süre saklamak için pişirmemiş, çeşitli ot ve baharatlarla birlikte pişirerek farklı lezzetler oluşturmuşlardır. Kısacası, insanoğlu “lezzet” kavramını pişirme ile keşfetmiş ve yeme içme insanların en büyük zevklerinden biri olarak gelişimini göstermiştir.

Yiyecekler ve yiyeceklerin pişirilmesi konusundaki yeterlilik (yetenekler, maharetler), tarih boyunca insanlar arasında bir prestij unsuru olarak kabul edilmiştir. İnsanlar arasındaki toplumsal hiyerarşi, besin ve beslenme ilişkilerine de yansımış olup tüketim davranışlarını etkilemiştir. Beşirli (2012: 10), insanlar arasındaki sosyal farklılaşmanın insanlığın başlangıcından itibaren var olduğunu, bu farklılığın başlangıçta cinsiyet esaslı olarak ortaya çıktığını, toplumların gelişim dönemlerinde ise tüketim davranışlarını etkileyen çeşitli belirleyicilerle şekillendiğini belirtmektedir. Benzer şekilde Freedman (2008: 15-16), Avrupa’da Ortaçağ’da hangi yiyeceklerin ne tür insanlar için uygun olduğuna dair ayrıntılı kuralların olduğunu; soylular ve köylülerin ne tür yiyecekleri tükettiklerini, sosyal anlamda en yüksek itibar derecesini simgeleyen ve kazandıran yemeklerin genellikle sunulan yiyeceğin miktarı, çeşidi ve ender bulunması gibi hususların belirlediğini açıklamaktadır.

Yüksek statüye sahip zenginler ve ülkeleri yönetenler, ender yiyecekleri bulma ve tatma konusuna çok önem vermiş, nadir bulunan yiyecekleri tüketmenin diğer insanlar karşısında bir üstünlük sağladığı düşüncesini benimsemişlerdir. Bu yüzden av hayvanlarının etleri, egzotik baharatlar, sebze ve meyveler ile taze et gibi ender bulunan yiyecekler her zaman soylu kesim ile özdeşleştirilmiş, kolay elde edilen veya üretilen yiyecekler ise fakir kesim ile ilişkilendirilmiştir. Dolayısıyla gastronomi, hükümdarların, yakın çevrelerinin, din liderlerinin ve tüccarların mutfaklarında gelişmiştir (Gürsoy, 1995; Beşirli, 2012).

20. yüzyılda ise gastronomi toplumun sadece bir kesimini ilgilendiren bir konu olmayıp, toplumun tamamını ilgilendirmekte ve dünyada gastronomi ile ilgili farklı alanlarda çalışmalar yapılmaktadır. Türkiye’de ise 1980 yılından itibaren gastronomiye yönelik bilimsel çalışmalara önem verildiği dikkati çekmektedir (Göker, 2011: 30). Gastronomi alanında akademik dergiler, kitaplar, bilimsel yayınlar, sempozyum, festival, fuar ve kongreler, yemek programları, gurme rehberleri ve şehirlerin gastronomi rotaları gibi çalışmalar düzenlenerek gastronominin gelişimine katkıda bulunmaktadır. Ayrıca gastronomi alanında uzman yetiştirmek amacıyla, hem devlet hem de vakıf üniversitelerinin, Turizm Fakültelerinde ve Meslek Yüksekokullarında ilgili bölümler açılmış olup ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeyde eğitim verilmektedir. Benzer şekilde Millî Eğitim

Bakanlığı'na bağılı olarak faaliyet gösteren mutfak akademileri de gastronomi alanında uzman kişiler yetiştirmek amacıyla profesyonel aşçılık eēitimleri ve workshop çalışmalarını düzenlemektedir.

Son yıllarda gazetelerde, radyolarda ve televizyonlarda saēlıklı beslenme ve gastronomi ile ilgili yayınların sayısında artış görölmüştür. Yakın bir zamana kadar, genellikle gazetelerin hafta sonu eklerinde, küçük bir alanda sınırlı kalan ve sadece yemek tariflerinden ibaret olan gastronomi, günümüzde gazetelerin “Yaşam” bölümünde geniş bir alana sahip olup, gastronomi içerikli konular ünlü şef ve gurmeler tarafından kaleme alınmaktadır. Örneēin, günlük yayınlanan bir gazetenin çok takip edilen bir ekinde “Gurme” başlıklı bir bölüm düzenlenmiş olup, ölkemizin önde gelen, ünlü şef ve gurmelerinin yazılarına yer verilmektedir. Söz konusu yayınlar; yemek tariflerinden en iyi restoran seçimine, ender bulunan yiyeceklerden yöresel lezzetlere, esnaf lokantalarından Dünya Mutfaklarına kadar pek çok konuda okuyucuyu bilgilendirmekte ve rehberlik etmektedir. Benzer şekilde günlük gazetelerde “Saēlık”, “Beslenme ve Diyet”, “Yaşam-Gurme”, “Gusto”, “Yemek ve Diyet” başlıkları altında gastronomi konulu yayınlara yer verilmektedir (Yılmaz ve şenel, 2016).

Gastronomi içerikli yayın yapan televizyon kanalları ve programlarının sayısı da giderek artmaktadır. Kuruluş amacı doğrudan yiyecek ve iēecek költürüne ilişkin yayınlar gerçekleştirmek olan yemek kanallarında geleneksel, güncel, yöresel, ulusal veya uluslararası gastronomi költürüne ilişkin, ünlü şefler ve gurmeler tarafından sunulan gastronomi temalı programlar bulunmaktadır.

Yukarıdaki örneklerden de göröldüēü gibi Türkiye’de eğitimden kitle iletişim araçlarına kadar pek çok farklı alanda gastronomi temalı çalışmalar giderek artış göstermektedir. Gastronominin gelişimi ile alakalı en önemli konu ise, gastronominin turizm sektöründe yer almasıdır. Çünkü gastronominin gelişmesinde ve turizm sektöründe yer almasında toplum ve o toplumun geçici ziyaretçileri olan turistlerin büyük bir etkiye sahip olduēu görölmektedir. Yönetenlerin ve zenginlerin sofralarında gelişen gastronomi, daha sonra toplumda da benimsenmiş olup, turistler vasıtasıyla da yaygınlaşmaktadır. Nitekim dünya mutfakları ve lezzetleri incelendiēinde; dünya çapında tanınan yöreler; gastronomi destinasyonu unvanı ile

köklü bir mutfak kültürüne sahip olan ve sahip çıkan, örnek gösterilip geniş kitlelere ulaşabilen destinasyonlardır (Mülayim, 2014). Buradan hareketle, gastronominin gelişiminde turizm sektörünün önemli bir payı olduğunu söylemek mümkündür. Aynı şekilde, destinasyon pazarlamasında, kültürel değerlerin tanıtılmasında ve turizm faaliyetlerinin dört mevsime yayılmasında gastronominin payı giderek artmaktadır. Bu düşünceden yola çıkarak; gastronomi ve turizmin ayrılmaz bir şekilde birbirlerine bağlı oldukları ve yeme içme en temel ihtiyaç olduğu sürece de bu bağlılığın artarak devam edeceğini söylemek mümkündür.

1.2. GASTRONOMİNİN TANIMI

Gastronomi tanımları incelendiğinde, genellikle gastronomi kavramının farklı bakış açılarıyla yorumlandığı ve bu yüzden tek ve net bir tanımının bulunmadığı, dolayısıyla gastronomi kavramını açıklamanın ve tanımlamanın güç olduğu anlaşılmaktadır. Bir ülke veya bölgenin gastronomiye ilişkin karakteri, gastronomiye ait özellikleri ve gastronomi turizmi gibi kavramlarda kullanılan gastronomi teriminde genellikle bir uzlaşma olmasına rağmen, gastronominin kendisi için böyle bir uzlaşmanın varlığından bahsetmek zordur (Santich, 2004: 15). Gastronomiyi tanımlamanın kolay olmadığı; tanım yapmaya çalışan yazarların sayısına bakıldığında da rahatlıkla anlaşılmaktadır (Gillespie ve Cousins, 2001: 2). Bu bağlamda gastronomi tanımını daha iyi kavrayabilmek için tanıma etimolojik ve kavramsal açıdan ayrı ayrı bakmakta fayda vardır.

Gastronomi Yunanca “Gastro/ Gaster” ve “Nomos/ Nomas” sözcüklerinin bir araya gelmesiyle oluşan bir kavramdır (Santich, 2004). “Gastro” sözcüğü mide ile dolayısıyla ağızdan başlayarak bütün sindirim sistemi ile ilişkili bir kavram olarak tanımlanırken, “Nomos” sözcüğü kural ya da düzenleme anlamına gelmektedir (Santich, 2004). Britannica ansiklopedisinde gastronomi, “Seçme, hazırlama, servis etme ve iyi yiyecekten zevk alma sanatı” olarak tanımlanmaktadır (Kivela ve Crotts, 2005: 41). Türk Dil Kurumu sözlüğünde ise gastronomi, “Yemeği iyi yeme merakı” ve “Sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak; yemek düzeni ve sistemi” olmak üzere iki farklı tanımla açıklanmaktadır (Türk Dil Kurumu [TDK], 2016a).

Literatürde gastronomi tanımları incelendiğinde genellikle bilim, sanat, kültür, mutfak sistemi, süreç ve kılavuz yönleri ele alınarak bir tanımlama yapıldığı görülmektedir. Santich (2004) gastronomiyi yeme içme ile ilgili kural ve düzenlemeler olarak değerlendirmekte ve neyin, nerede, ne zaman, hangi bileşenlerle, nasıl yenileceğine veya içileceğine ilişkin öneriler sunan ve rehberlik eden bir bilim olarak tanımlamaktadır. Bir başka tanıma göre gastronomi; tat almayı öğreten kurallar bütünüdür (Baysal ve Küçükaslan, 2007: 6).

Hegarty ve O'Mahony (2001) gastronomiyi kültürel açıdan değerlendirmiş olup yiyeceğin hazırlanmasında kullanılan malzeme ve reçetelerini, yiyeceklerin hazırlanma, pişirilme, sunulma ve saklanma yöntemlerini, yiyecek içecek çeşit ve miktarını, sevilen ya da sevilmeyen lezzetleri, yiyecek içecek sunumu ile ilgili gelenek, görenek ve inanışları, kullanılan alet ve ekipmanları içeren bir kavram olarak tanımlamaktadır. Beşirli (2010), gastronomiyi kültürel açıdan ele almakta ve yiyecek maddelerinin üretimi, taşınması, saklanması ve kullanımı sürecindeki eylemlerin kültür kavramı kapsamında değerlendirilmesi gerekliliğini vurgulamaktadır. Kivela ve Crotts (2005: 41) gastronomiyi ülke ya da bölge mutfaklarını birbirinden ayıran, bir ülkenin ya da bölgenin yiyeceklerini, yeme-içme alışkanlıklarını ve yiyecek hazırlama tekniklerini ifade eden bir kavram olarak açıklayıp kültürel boyutuna değinmektedir. Benzer şekilde Richards (2002: 17) gastronomiyi “Yemeğin hazırlanmasının, pişirilmesinin, sunulmasının ve yenilmesinin yansıması” olarak tanımlamaktadır.

Hatipoğlu (2010: 6) gastronominin bilim ve sanat yönünü vurgulayarak belirli bölge ve ülkelerle ilgili, mutfak gelenek ve göreneklerini de içeren, iyi yiyecek yeme bilim ve sanatı olarak tanımlamaktadır. Gastronomi sadece hünerli parmakların ürettiği lezzetli yiyecekler değil, düşünen ve araştıran zihinlerin kalemle aktardığı bilgiler bütünüdür. Yiyeceğin hem bilimsel hem de kültürel bütün kodlarını somut örnekler aracılığıyla açıklamayı hedefleyen bir alandır (Yenice, 2014).

Hegarty ve Antun (2007: 2) gastronomiyi gerçekliği anlamaya çalışması nedeniyle bir sanat olarak değerlendirmekte, kimya, fizik ve tarih gibi alanlarla ilgili olduğu için de bir bilim dalı olarak nitelemektedirler. Bir diğer ifadeyle mutfağın bilim laboratuvarından farksız olması ve deneyle bulguların elde edilebilmesi bilim

yönünü teşkil etmektedir (Hegarty ve Antun, 2010: 73). Özdemir ve Çalışkan (2011: 478) ise, yiyecek ve içecek ile ilgili bilgilerin gastronominin bilim yönünü; yiyecek ve içeceklerin insanların estetik duygularına hitap edecek şekilde hazırlanması ve sunulmasının da gastronominin sanat yönünü ortaya koyduğunu belirtmektedir. Benzer bir şekilde, aşçılık mesleğinin yetenek ve yaratıcılık gerektirmesi neticesinde, şeflerin sunumlarda kendi tarzını yansıtmaları ve yeniden yorumlamaları şeflerin birer sanatçı, sunumların ise birer sanat eseri olarak nitelendirilmesini mümkün kılmaktadır. Örneğin, servis edilen yiyecek ve içeceklerin renk uyumu, şekli, dokusu, kompozisyonu, düzenleme ve süsleme gibi konularda özenle çalışılarak, öncelikle görsel olarak bir doyum sağlayan ve beş duyu organlarına hitap eden sanat eserleri oluşturulmaktadır. Şu halde, gastronomi estetik sunuma ve değerlere sahip bir çalışma alanı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Gastronomi, içinde barındırdığı bütün sanatsal ve bilimsel unsurlarla yiyecek ve içeceklerin tarihsel gelişme sürecinden başlayarak bütün özelliklerinin detaylı bir şekilde anlaşılması, uygulanması ve geliştirilerek günümüz şartlarına uyarlanması çalışmalarını kapsayan bir bilim dalıdır (Eren, 2007: 74). Bir başka anlatımla gastronomi, damak tadı ve iştah gibi zevkler amacı ile deneme ve yanılmanın, tarihsel bilginin, kültürün, alışkanlığın, yeteneğin, emeğin, ihtimamın, kazanılmış beğenilerimize uygun olarak, ahenkli bir şekilde, bir araya gelmesidir (Hatipoğlu, 2010: 5-6).

Gastronomi biliminin temelinde “Mutfak” bulunmaktadır. Yeme içme kültürünün birikimi ile şekillenen “Mutfak” kavramı, insanlık tarihi boyunca keşifler sonucunda gelişme göstermiş ve gelişmeye de devam etmektedir. “Mutfak” kelimesi Arapça “Matbah” kelimesinden Türkçeye geçmiş olup, “Yemek pişirilen yer ve yiyecek kültürünün tamamı” anlamlarına gelmektedir. Kültür ise, “Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmeye kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2016b; TDK, 2016c). Bu iki tanımdan yola çıkarak, mutfak kültürünün yiyecek ve içecek hammaddelerinden, kullanılan araç gereçlere, pişirme yöntemlerinden sofraya kadar yiyecek içecek ile ilgili gelenek ve inanışlara kadar bütün değerleri içinde barındırdığı, gelecek nesillere aktarmada ve bölgenin

kültürünü yansıtmada en önemli kültürel miraslardan biri olduğu söylenebilir. Burada mutfak kültürüyle vurgulanmak istenilen durum; mutfak kültürünün gastronomiyi oluşturan en önemli faktörlerden biri olduğudur. Hakikaten gastronomi tanımları incelendiğinde, genellikle yiyecek ve içeceğin üretiminde kullanılan hammaddeleri, ekipmanları, sofrada adabını, gelenek ve inanışlar gibi mutfak kültürü değerlerini içeren tanımlamalar yapıldığı dikkat çekmektedir. Nitekim Mil (2009) ‘İyi yeme sanatı’ ve ‘Belirli bir bölgedeki mutfak gelenekleri ve stilleri’ (de Silva, 2003) açıklamasının günümüzde gastronomi kelimesinin karşılığı olarak kabul edildiğini ifade etmektedir.

Gastronomi kavramı kapsamlı olarak; bir ülke veya bölgenin mutfak kültürü etrafında şekillenen, toplumun sadece bir kesiminden ziyade, tamamını ilgilendiren, beş duyu organına hitap edebilecek estetiğe sahip olan, yiyecek ve içeceklerin hazırlanmasından sunumuna, servisinden tüketimine kadar geçen süreyi kapsayan, tutku ile hazırlanan ve tüketilen, ilgili kişilere rehberlik eden, toplumsal bir simge olan yeme içmenin bilim ve sanatı olarak tanımlanabilir. Gastronominin en sade tanımı ise, yiyecek ve içeceklere sanatsal yaklaşım, mutfakta sanat ve tekniğin birleşimidir.

1.3. GASTRONOMİ İLE İLGİLİ KAVRAMLAR

1801 yılında Joseph Berchoux’un “Gastronomi ya da Tarladan Sofraya İnsan” adlı eseriyle birlikte dile yerleşmeye başlayan ve 1835 yılında Fransız Akademisi sözlüğüne kaydedilerek resmileşen (Santich, 2004: 17, Karim, 2006: 14) gastronomi kavramı, farklı disiplinlerde artan bir şekilde kullanılarak geliştirilmiştir. Yeme içme ile ilgili pek çok disiplinle de iç içe olan gastronomi kavramı, gelişerek yeni kavram ve eğilimlerin oluşmasına katkı sağlamıştır. Bu kavram ve eğilimler arasında en çok kullanılanlar aşağıda açıklanmaktadır.

1.3.1. Gastronom

Literatürde gastronom kavramı incelendiğinde; genellikle “Gastronomi ve mutfak sanatları uzmanı” veya “Yeme içme konusunda uzman kişi” olarak

tanımlanmaktadır. Tıpkı gastronomi kavramı gibi farklı yazarlar tarafından farklı bakış açılarıyla yorumlandığı için gastronom kelimesinin kapsamlı ve net bir tanımının olmadığı anlaşılmaktadır. Tanımı yapan kimi yazarlar, gastronomların damak zevki olması ve iyi yemek yemeye meraklı olması gerektiğini savunurken, kimi yazarlar da bunlara ek olarak, yemek pişirmeyi ve sunmayı bilmesi ve gastronomi alanında araştırma yapması gerekliliğini vurgulamaktadır. Bir başka görüş ise, gastronomların damak zevki olan, yeme içmenin inceliklerini bilen ancak hazırlama, pişirme ve sunma aşamalarını detaylı bilmeyen kişiler olduğudur. Gastronom kavramının gurme kavramıyla karıştırılması nedeniyle tanımlar arasında tutarsızlıkların bulunduğu görülmektedir.

Türk Dil Kurumu Sözlüğünde gastronom; “Damak zevki olan, ağzının tadını bilen, iyi yemekten anlayan kimse”, İngilizce “Gastronomist” olarak ifade edilen terimin Türkçe karşılığı ise “İyi yemek yeme ustası; gurme” olarak tanımlanmaktadır (Oxford İleri Düzeyde Öğrenici Sözlüğü, 2016; TDK, 2016d).

Gastronomi alanında araştırma yapan, çalışmalarında teori ve uygulamayı birleştiren, mutfak ve servis sanatları konusunda uzman ve eğitilmiş, yemek pişirmede usta ve sanatçı, sahip olduğu bilgi birikimini kamuoyuyla paylaşarak farkındalık yaratan ve mutfak gelişmeleri konusunda değişiklik yaratabilen kişiye gastronom denilmektedir (Altınel, 2009; Cram 101 Textbook Reviews, 2012; Gürsoy, 2013; Öney, 2013; Türkoğlu ve Akoğlu Kozak, 2015; Yılmaz ve Ekincek, 2016).

Bir gastronom; yiyecek içecek işletmeciliği, gastronomi ve mutfak sanatları konusunda eğitilmiş, tecrübeli ve meraklı olmalı, gastronomi ya da gastronomi ile ilgili bilim dallarında gastronomi temalı araştırmalar yapmalıdır. Gastronom; işletmeci, şef, gazeteci, antropolog, sosyolog, mühendis, kimyager, fizikçi, tarihçi, halkbilimci, araştırmacı, eğitimci gibi gastronomi ile ilişkili bütün alanlardan kişilerin ortak adıdır. Gastronomlar, bütün gıda üretim süreçlerini bilmeli ve uygulayabilmelidir. Bu kişiler unutulmaya yüz tutmuş yiyecek ve içecekleri keşfedip günümüze uyarlamanın yanı sıra, gastronomideki yeni eğilimleri de takip edip uygulayabilirler. Bunlara ek olarak, yeni tarifler oluşturabilecek yeteneğe ve bilgiye sahip olup, hangi yiyeceklerin hangi baharatlarla ve içeceklerle uygun olacağı konusunda bilgi sahibidirler. Bir gastronom için elde edilen verilerin paylaşılması da

önem arz etmektedir (Gürsoy, 2013; Hatipoğlu, 2014; Türkoğlu ve Akoğlu Kozak, 2015; Yılmaz ve Ekincek, 2016; Bağırın Özşeker, 2016).

Gastronomlar aynı zamanda gurme kişiler de olabilmektedir. Ancak gastronomun gurmeden farkı; başkalarına yol göstermek için araştırmalar yapması, bulgularından topluma yarar üretmesi ve öğretici olmasıdır (Gürsoy, 2013: 20, akt. Türkoğlu ve Akoğlu Kozak, 2015: 210). Tarihçi Castelot gastronom ve gurme kelimeleri arasındaki farkı belirleyen kişidir. Castelot'a göre gurme olmak, yemeğe ve yemek sanatına düşkün olmaktır. Gastronom olmak içinse yemeğe düşkün olmak yeterli değildir, uygulamayı bilmek ve bu konuda uzman olmak gerekmektedir. Castelot gurmeliği egoistlik, gastronomluğu ise filantropi (yardımseverlik-insan refahını geliştirmek) ile özdeşleştirmiştir (Öney, 2013: 162, akt. Hatipoğlu, 2014: 22).

Gurmelik bir hobi iken gastronomluk bir meslektir. Gurmeler seçici ve zevklidir, yemekleri yorumlarken belirli değerlendirme kriterleri olup, tat, görünüş ve kokusuna dikkat etmektedirler. Gastronomlar ise gurmeler kadar bu özelliklere sahip olmayabilir. Gurmenin amacı; en lezzetli yemeği tüketirken lezzetin verdiği mutluluğu yaşamaktır. Bu amaçla alanında en iyi yiyecek içecek işletmelerini ve en lezzetli yiyecek içecekleri bulma arayışı içerisinde. Gastronomun amacı ise, yeme içme ile ilgili her konuyu araştırmak ve uygulamak, yeni ve değişik tatlar keşfetmektir. Gurmenin tadına baktığı yiyecekleri araştırma, uygulama ve paylaşma konusunda bir zorunluluğu yoktur. Gastronom ise tadına baktığı yiyecekleri araştırır, dener ve paylaşır (Gürsoy, 2013; Hatipoğlu, 2014; Türkoğlu ve Akoğlu Kozak, 2015; Yılmaz ve Ekincek, 2016).

Gastronom ve gurme kavramları arasındaki farklılıkların Türkiye'de geçerli olduğunu söylemek pek mümkün görünmemektedir. Türkiye'de gastronom kavramı gerçek anlamıyla yeterince kullanılmadığı için gurmeler aynı zamanda, birer gastronom gibi mutfakla ilgili araştırmalar yapmakta ve mutfak kültürüne katkı sağlamaktadır. Benzer bir şekilde, yiyecek içecek ile alakalı bütün etkinlik, proje ve yarışmalarda deneyimlerine, düşüncelerine, öneri ve eleştirilerine önem verildiği için gurmelerden destek alındığı görülmektedir. Bu bağlamda, Türkiye'de gastronom kavramının geliştirilmesi ve gastronomi alanında çalışma yapan gastronomların

sayısının artması; ülkenin gastronomi alanında ilerlemesi açısından önem arz etmektedir (Türkoğlu ve Akoğlu Kozak, 2015).

1.3.2. Gurme

“Yeme içme aşığı ve uzmanı”, “Tatbilir”, “Tadımcı” gibi kelimelerle tanımlanan gurme kavramı ile ilgili ortak görüş; gurmelerin zevkli, yeme içme adabını bilen, tadararak ve koklayarak yemeğin içerisine konan malzemeyi tahmin edebilen ve benzer tatları birbirinden kolayca ayırabilen kişiler olduğudur.

Yemeğin ve içkinin tadından anlayan, başka insanlardan farklı olarak bir yemeği değerlendirebilen, duyarlı damağı olan, yemek kültürü yüksek, yeme içme adabına hâkim, biraz da mutfak işlerinden anlayan ve yeme içme faaliyetini tutkuyla gerçekleştiren, damak tadı gelişmiş zevkli kişilere gurme denilmektedir (Altınel, 2009; Dilsiz, 2010; Hatipoğlu, 2010).

Örs (2017) gurmeyi; “Çıktığı lezzet avında damak hafızasına yeni veriler kaydetmeye çalışan bir tat koleksiyoncusu” olarak tanımlamaktadır. Bir gurmenin yalnızca yemek tadımını değil, yemek pişirmeyi de bilmesi önem taşır. Bir yemeği oluşturan malzemelerin orijinalliği ve uyumu, gurmenin en başta bilmesi gerekenler arasındadır. Gurmenin damak tadı gelişmiş kişi olarak, şaraplar konusunda da yüksek zevk ve ayırt etme yeteneğine sahip olması gerekir (Kılıç, 2010: 9). Gurme olabilecek kişinin çok esaslı bir lezzet alt yapısı ve damak envanterinin oluşup, hayatı boyunca bu envanteri mümkün olduğu kadar zengin ve güncel tutması gerekmektedir (Örs 2009: 98).

Gurme, yeniliklere açık olarak yemek ve tatları ayırt etmeden deneyen, yiyeceklerin topraktan sofralarımızdaki çatala gelişine değin geçen süre ve damak tadı hakkında derin bir bilgiye sahip olan, koku ve tatları tanıyıp ayırt edebilen, mutfak araç gereçlerini tanıyan, yemek tarihini, temel gıdalar dışında yöresel tatları da bilen, bunu bir yaşam biçimi haline getirerek farklı lezzetlerin peşinde olan kişi olarak tanımlanabilir (Yılmaz ve Ekincek, 2016: 121).

Gurmeler sadece kendi merakından ve zevkinden yemek yemektedirler. (Gürsoy, 2013: 20). Yani gurmelerin, kişisel tatmin ve zevki için katıldıkları yiyecek içecek faaliyetinden edindikleri tecrübeleri toplum yararına aktarma zorunluluğu bulunmamaktadır (Türkoğlu ve Akoğlu Kozak, 2015: 211). Buna rağmen gurmeler genellikle sahip oldukları deneyim ve bilgi birikimlerini paylaşarak insanlara

rehberlik etmektedir. Deneyim ve bilgi birikimini paylaşan gurmeler, aslında gastronomlar gibi, hem toplumda eğitici bir rol üstlenmekte hem de ülke mutfağının gelişimi ve değişiminde ciddi katkılarda bulunmaktadır.

1.3.3. Degüstatör

Degüstasyon, genellikle içeceklerin ve zaman zaman da yiyeceklerin tadımı konusunda bilgili ve konusunda uzman kişilerin koku, renk, tat ve kalite açısından değerlendirme yapabilmeleri için gerekli işlemler dizisini ifade etmektedir. Degüstatör ise koklama, tatma ve görme duyuları ile duyuşsal analiz yapan tadım uzmanıdır. Degüstasyon kavramı daha çok şarapla alakalı bir kavram olarak düşünölse de zeytinyağından rakıya, baharatlardan çaya kadar birçok gıda maddesi ile ilgili bir işlemdir (Anonim, 2017a).

1.3.4. Moleküler Gastronomi

“Bilim temelli yemek pişirme”, “Deneysel mutfak” ya da “Yenilikçi mutfak” olarak adlandırılan moleküler gastronomi özellikle yiyecek içecek endüstrisinde yeni bir akım olarak görölmektedir. Moleküler gastronomi ile ilgilenen şefler, kimya ve fizik konularında kendilerini geliştirmekte, bilimsel yaklaşımları mutfaklarında kullanarak farklı tat, doku ve görünüme sahip yeni tatlar üretebilmektedir. Moleküler mutfak uygulamaları ile ilgilenen şefler ve restoranlar için moleküler gastronomi, farklılaşmanın bir aracı olarak görölmekte ve söz konusu farklılıkla rakiplerine karşı üstünlük sağlamayı hedeflemektedirler. Nitekim dünyanın en iyi restoranları arasında moleküler gastronomiden yararlanan restoranların sayısının fazla olması, moleküler mutfak uygulamalarının restoranları farklılaştırdığını ve rekabet üstünlüğü sağladığını göstermektedir (Özdoğan, 2016: 201).

Moleküler gastronomi, mutfakta hazırlanan gıdaların özellikleri, oluşumu ve gelişimi ile ilgilenen bilimsel bir disiplin olarak tanımlanmaktadır (Van der Linden vd., 2008: 248). Moleküler gastronomi kavramı, geleneksel olarak tanımlanmış yemek özelliklerini fiziksel ve kimyasal olarak açıklamak suretiyle, bunlardan elde

edilen lezzetlerin nasıl maksimize edildiğini ve yepyeni lezzetlerin nasıl yaratıldığını inceleyen bilim dalı anlamına gelmektedir (Kırım, 2009: 9).

Moleküler gastronomi, yiyeceklerin hazırlanması ve tüketilmesi sırasında ortaya çıkan moleküler, fiziksel, kimyasal ve yapısal değişimleri bilimsel metotlar kullanarak anlamayı, kontrol etmeyi ve açıklamayı hedeflemektedir. Bu anlamda kullanılan bilimsel metotlar; gözlem, hipotez oluşturma-test etme, kontrolü yüksek deneyler yapma gibi yöntemlerdir (Van der Linden vd., 2008: 248).

Moleküler gastronomi ile yiyeceklerin besin değeri ve insan sağlığına olan faydaları gibi konuların incelenmesi gibi bilimsel bir yaklaşım yerine; fiziksel ve kimyasal araştırmalarla desteklenen farklı-yeni lezzetler meydana çıkarılması amacına yönelik faaliyetlerde bulunmaktadır (Dilsiz, 2010: 6). Moleküler gastronomide ilgilenilen konu lezzettir. Örneğin; adaçayının ‘lezzet’ ile ilgili kısmıyla ilgilenilmekte, sağlığa etkisi üzerinde durulmamaktadır. Bilimden ziyade sanat olarak algılanan yemek pişirme kavramına bilimsel açıdan yaklaşılmaktadır. Konular basitten başlayarak (sebzelerin pişirilmesinde tuzun rolü gibi), karmaşığa (gıdalardaki uçucu tat unsurlarının gaz kromatografisi gibi) ve eğlenceli sunuma (soğutucu olarak sıvı nitrojenin kullanımı ile dondurma yaparak dünya rekoru kırma şeklinde) kadar çeşitlilik göstermektedir (Bluementhal ve Lister, 2005, akt. Kemer, 2011: 7).

Moleküler gastronomi, yiyeceklere eklenecek çeşitli maddeler ile yapılarının nasıl değiştirilebileceğini laboratuvar ortamında bilimsel deneylerle incelemektedir. Moleküler mutfak uygulamalarıyla da, bilimsel çalışmalardan elde edilen verilerle yiyecek ve içeceklerin yapılarında değişiklik meydana getirerek, misafirlere farklı tat, doku ve görüntülerde ürünler sunulmaktadır (Kızılırmak ve Albayrak, 2013: 59). Moleküler mutfak, fizik ve kimya laboratuvarlarında kullanılan cihazların mutfaklarda kullanılmasını sağlayan bilimle mutfak uygulamalarının birleşimidir. Her ne kadar kullanılan katkı maddelerinin bazılarının sağlığa yararlı olup olmadıkları tartışılsa da, şeflerin, restoranların ve değişik tatlar denemek isteyen kişilerin ilgisini çekmekte ve tercihlerine konu olmaktadır. Bu da moleküler gastronominin farklılaşmanın bir aracı olduğunu ve insanların dikkatini çeken bir mutfak kültürü yarattığı düşüncesini doğrulamaktadır (Özdoğan, 2016: 211-212).

1.3.5. Füzyon Mutfak

Füzyon mutfak, yeni veya oldukça farklı yemekleri yaratabilmek için iki veya daha fazla ulusun mutfak geleneklerinin bir araya getirilmesi ile oluşturulan mutfak şeklinde tanımlanmaktadır (McMahon, 2014, akt. Yılmaz, 2015: 10).

Değişik yörelerin yemek pişirme teknik ve malzemelerinin bilinçli bir şekilde aynı tabakta karışması, birleşmesi esasına dayanan, özgün, yaratıcı ve yenilikçi bir teknik olan füzyon mutfacı (Sandıkcı ve Çelik, 2009: 42), gastronomi dünyasında moda akım olarak yerini almaktadır. Füzyon mutfak uygulamaları ile şefler yaratıcılıklarını ortaya koyabilmekte ve sentez mutfak kültürü oluşturulabilmektedir.

1.4. GASTRONOMİNİN DİĞER BİLİMLERLE İLİŞKİSİ

Gastronomi, hem fen bilimleri (fizik, kimya ve biyoloji) hem de sosyal bilimlerden (ekonomi, sosyoloji, antropoloji, psikoloji, işletmecilik, yönetim, pazarlama vb.) yararlanmakta olup, söz konusu bilimler için zengin bir araştırma alanı sağlamaktadır. Tadın fizyolojisi ve tat alma, şarap üretimi, besin öğelerinin insan vücudundaki işlevleri, gıda maddelerinin seçiminde niteliklerinin belirlenmesi, gıdaların fiziksel, kimyasal ve biyolojik olarak bozulmalarının önlenmesi için temizlik, hijyen ve sanitasyon kurallarına uygun üretim süreçlerinin geliştirilmesi gibi konular fen bilimlerine dayanmaktadır (Altınel, 2009: 13). İnsanların yiyecek ve içecek konusundaki tutum ve motivasyonları, yerel gıdaların özgün sunumlarının tasarlanması ve sunulması, yiyecek ve içeceklerin toplumsal iletişimdeki rolü, yiyecek ve içeceklerin tarihsel açıdan incelenmesi gibi konularda ise, sosyal bilimlere başvurulmaktadır (Altınel, 2009; Öney, 2013; Hatipoğlu, 2014). Bu bağlamda, gastronominin birçok çalışma alanı ve bilim dalıyla iç içe olduğunu ve çok disiplinli bir yaklaşım gerektirdiğini söylemek mümkün olmaktadır.

1.5. GASTRONOMİNİN TURİZM SEKTÖRÜ AÇISINDAN ÖNEMİ

Turizm sektörü doğrudan ve dolaylı istihdam yaratması, diğer sektörlerle katma değer yaratması, ülkeleri birbirine yakınlaştırması gibi nedenlerden dolayı lokomotif sektör konumundadır. (Küçükaltan, 2009). Ülke ekonomisine ve

tanıtımına ciddi derecede fayda sağlamasının yanı sıra, farklı hedef kitleler için rekabetçi ve bölgeye özgü sürdürülebilir ürün bileşenleri (Figini ve Vici, 2012) oluşmasını sağlamaktadır.

Küresel kültürün uluslararası turizm aracılığıyla yöresel kültüre eğilim göstermesi, kültürel potansiyeli bulunan ülke veya bölgelere ilgiyi arttırmaktadır (Aslan, 2010: 42). Son yıllarda turistler bir bölgeyi keşfetmede kültürel değerleri önemli bir kaynak olarak görmekte ve yerel kültürle zenginleştirilmiş tatil etkinliklerini tercih etmektedir. Bu durum, destinasyonların yöreye özgü farklı özellikleri ile ön plana çıkmasına, yerel değerlerin sürdürülebilirliğine, yerel kimliğin oluşmasına ve gelişmesine olanak tanımaktadır. Bir bölgenin kültürünü en iyi şekilde yansıtan yöreye özgü değerlerden en önemlisi kuşkusuz mutfağıdır.

Yeme ve içme eylemleri; kişilerin arzularını tatmin eden, bireysel ve katılımcı deneyimler olup, beş duyu organı tarafından algılanabilen ve tatil boyunca yaşanan diğer deneyimlere göre daha uzun süreli hatırlanabilen yemek deneyimleridir (Akgöl, 2012: 38). Turizm sektörü, büyüme, çeşitliliği artırma, turizm faaliyetlerini on iki aya yayma, bir bölgenin kültürünü en iyi şekilde yansıtmaya ve kolay hatırlanabilir turistik deneyimler oluşturma gibi amaçları gerçekleştirmek için gastronominin çekiciliğinden yararlanmaktadır (Küçükaltan, 2009).

Yeme-içmenin bilime ve sanata dönüştürülmesi olarak değerlendirilen gastronomi, turizmle bütünleşmeye başlamış olup, ülkelerin turizm potansiyellerinin tanıtılmasında giderek aktif bir rol üstlenmektedir (Küçükaltan, 2009: 7). Söz gelimi, gastronomi artık toplumların kendi içlerinde yaşadıkları bir konu olmanın ötesinde, ülkelerin pazarlanmasında ve tanıtımında önemli paya sahip bir olgu haline dönüşmüştür (Daylar, 2015: 13).

Dünyada turizmle ilgili gelişmeler incelendiğinde; turistik destinasyonların pazarlanmasında gastronominin önemli bir role sahip olduğu görülmektedir (Güzel, 2009: 27). Yerel mutfaklar, pazarlama aracı olarak eşsiz birer kaynak durumunda olup, turistlerin tecrübelerine cazibe ve çeşitlilik katmaktadır (Shenoy, 2005: 1-3). Gastronomi, bir destinasyonu rakiplerinden farklılaştıran ve dolayısıyla sürdürülebilir rekabet üstünlüğü elde etmeye katkı sağlayan en önemli unsurlardan biri olarak görüldüğü için (Du Rand ve Heath, 2006: 211) destinasyon

pazarlamasında kullanılabilmektedir. Söz gelimi, Avustralya, Fransa, İtalya ve Singapur gibi birçok destinasyon, yerel yiyecekleri farklılaşma aracı olarak kullanmaktadır (Mak vd., 2012: 928). Turistik destinasyonlarda yöresel yiyeceklerle kimlik kazanan mutfak kültürü, ait olduğu destinasyonu diğer destinasyonlardan farklılaştırmakla birlikte, ülkeye özgü bir markanın oluşturulmasına da katkı sağlamaktadır (Çin, Fransız, İtalyan, Türk Mutfağı gibi) (Okumus vd., 2007: 253). Bu bağlamda, geniş bir turist yelpazesini cezbedebilecek bir unsur olan gastronomi, destinasyonların pazarlanmasında doğrudan ya da dolaylı olarak göz önünde bulundurulması gereken önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır (Üner, 2014: 24).

Gastronomi, turiste bir bölgenin kültürü ile temasa geçme ve geçmişi, gelenekleri, tarihi ve kültürel mirasıyla bağ kurma olanağı sağlayarak bir destinasyonun kültürel farklılığını ve kimliğini güçlendirebilmektedir (Kyriakaki vd., 2013: 2, akt. Yıldız, 2016: 36). Yiyecekler farklı kültürleri anlamının temel işareti olup, sosyo-kültürel açıdan, hem o ulusun ve kültürün özgün bir yönünü oluşturmakta, hem de ulusları birbirine kaynaştıran bir araç olmaktadır (Gökdemir, 2009: 8). Richards (2002) gastronomi kültürünü rekabetçi pazarda gidilecek yerin tercih edilmesinde ana kültürel unsur olarak görmektedir.

Hall ve Sharples (2003: 25-26) araştırmalarında yiyecek ve turizmin bir arada kullanılmasının yöresel kalkınmaya katkı sağladığını göstermişlerdir. Gastronomi, hem yerel halkın hem üreticilerin hem de müşterilerin korunmasına katkı sağlayan bir alan olarak değerlendirilmektedir (Hall ve Sharples, 2003). Turizm bölgelerinde o yörenin yerel miras ve gıda kültürü sayesinde bölgede bulunan turizm işletmelerine de avantaj sağlamaktadır (Tellstron vd., 2005).

Yılmaz (2015: 15-20) gastronominin turizme katkılarını şu şekilde sıralamaktadır;

- Destinasyonların farklılaştırılmasına temel oluşturmaktadır.
- Destinasyonların pazarlanmasında önemli bir rol oynamaktadır.
- Destinasyonların tanıtılmasında önemli bir unsur olarak kullanılmaktadır.
- Turistler için bir seyahat motivasyonu olabilmektedir.
- Turistlerin destinasyonları seçiminde etkili olabilmektedir.
- Turistlerin bir destinasyonu tekrar ziyaret etmelerini sağlayabilmektedir.
- Turist memnuniyetine katkı sağlayabilmektedir.
- Destinasyonun ekonomik gelişimine fayda sağlamaktadır.

- Turizm paydaşları için değer yaratmaktadır.

“Yemek sadece temel bir turist gereksinimi değil, bölgesel kültürün asıl unsurlarından biridir” (Quan ve Wang, 2004: 299, akt. Yıldız 2016: 31). Yiyeceklerin tüketiciler için sahip olduğu birçok rolleri bulunmaktadır. Yaşamın devamlılığı için işlevsel bir rol oynarken, kutlamalar ve sosyalleşme için bir araç, yeni kültürlerin yaşanması açısından eğlenceli, duygusal ve önemli bir yol olarak görülmektedir (Mitchell ve Hall, 2003: 60).

Turistlerin seyahatleri esnasında yiyecek ve içecek için yaptığı harcamalar, gastronominin turizm sektöründeki önemini açık bir şekilde göstermektedir (Yılmaz, 2015: 19). Bessiere (1998), gastronomiyi turistlerin ziyaret ettikleri yerin en önemli bileşeni ve sembolü olarak görmektedir. Kivela ve Crotts (2009: 180) gastronomi veya yerel yiyecekleri bir seyahat motivasyonu, destinasyon seçiminde etkili olan bir ölçüt, destinasyonun tekrar ziyaret edilmesini sağlayan bir unsur ve turistlerin genel memnuniyetine katkı sağlayan bir faktör olarak değerlendirmektedir (Yılmaz, 2015: 15).

Gastronomi, turizm deneyiminin ayrılmaz bir parçası ve bazı durumlarda temel seyahat motivasyonu halindedir (Hall vd., 2003, akt. Yüncü, 2010: 29). Öyle ki; Okumus vd., (2007: 258) Türkiye’de deniz-kum-güneş, tarih ve arkeolojik çekiciliklerden sonra yiyeceklerin önemli bir çekicilik faktörü olduğunu belirtmişlerdir. Rimmington ve Yüksel (1998), yiyeceğin ziyaretçilerin memnuniyetine katkı sağlayan dördüncü en önemli faktör olduğunu ve turistler tarafından Türkiye’ye tekrar yapılan ziyaretlerin en önemli sebebi olduğunu belirtmişlerdir. Yüksel ve Yüksel (2001: 333-355), Türkiye’ye ilk kez yapılan ziyaretlerin de, daha sonrasında tekrar yapılan ziyaretlerin de başlıca sebeplerinden birinin ziyaretçilerin gastronomi zenginliği kapsamında sunulan yiyeceklerin kalitesini önemsemesi olduğunu belirlemişlerdir. Akgöl’ün (2012: 75) yaptığı çalışmada ise Türk mutfağına özgü yemekleri tatma amaçlı seyahatin %28,7’lik bir oranla üçüncü sırada yer aldığı görülmektedir. Bu tespitlerden hareketle, Türkiye’yi ziyaret eden turistlerin yerel yiyeceklerle ve mutfak geleneklerine ilgilerinin gün geçtikçe artmakta olduğunu ve tercih nedenleri arasında üst sıralarda yer almaya başladığını söylemek mümkündür.

2. GASTRONOMİ TURİZMİ KAVRAMI

Konuyla ilgili literatür incelendiğinde; yemek deneyimine yönelik turizm çeşidinin mutfak turizmi, yiyecek turizmi, yemek turizmi, gurme turizmi, şarap turizmi, gastronomi turizmi gibi benzer isimler ile adlandırıldığı görülmektedir. Kimi yazarlar kavramlar arasında farklılıklar olduğunu savunurken, kimi yazarlar da benzer terimler arasında bir farklılık olmadığını ve birbirlerinin yerine kullanılabilirliğini belirtmektedir (Kivela ve Crotts, 2005; Ignatov ve Smith, 2006; Karim ve Chi, 2010; Zağralı, 2014; Yılmaz, 2015). Her ne kadar benzer isimlerle adlandırılrsa da söz konusu turizm çeşidinin farklı yazarlar tarafından farklı adlandırılmasında ayırt edici özellikler bulunduğu ve bu özelliklerin sebepleriyle birlikte açıklandığı dikkati çekmektedir. Söz konusu kavramlar arasındaki farklılıkların anlaşılabilmesi için gastronomi turizmi ile birlikte mutfak ve yemek turizmi kavramlarına da değinmenin faydalı olacağı düşünülmektedir.

Yemek ve mutfak turizmi genel olarak yerel yiyecek-içecek ve etrafında gelişen kültür ile ilgiliyken, benzer çekim unsurlarına sahip olan gastronomi turizmi, daha incelikli, yeni yiyecek-içecek deneyimlerine yönelik daha kapsamlı bir terimdir (Yıldız, 2016: 36).

Zağralı (2014: 25) gastronomi turizmi ve mutfak turizmi arasındaki farklılıkları şu şekilde açıklamaktadır:

“Gastronomi turizmi kendi içerisinde yiyecek ve içeceklerin tarihi, gurmeler için düzenlenen özel turlar, eğitim amaçlı yapılan destinasyon ziyaretleri gibi başlıklara ayrılmaktadır. Mutfak turizmi ise yerel yemekler, yerel pazarlar ve yerel içecekler için düzenlenen, eğitim amacı taşımayan ziyaretlerdir. Destinasyonlarda bulunan doğal, sıra dışı, bölgeye özgü yemekleri tadabilmeyi ve aynı zamanda yerel yemekler sayesinde destinasyon kültürünün içine girebilmeyi amaçlayan ziyaretler de mutfak turizmi kapsamında değerlendirilmektedir. Mutfak turizmi, gastronomi turizminde olduğu gibi bilim dalları ile ilişkili değildir. Mutfak turizmine katılan turistlerin yiyecek ve içecek güdüsü ile seyahat eden kişilerden oluştuğu söylenebilir.”

20. yüzyılın son çeyreğinde gastronomi turizmi giderek ilgi çeken bir turizm çeşidi olup, zengin mutfak kültürüne sahip olan destinasyonlar için büyük bir potansiyel arz etmektedir. Bu durumun bilincinde olan destinasyonlar, tanıtım ve pazarlama çalışmalarında yerel yiyecek ve içeceklere önem vermekte, gastronomi ile ilgilenen turistleri destinasyona çekebilmek amacıyla turlar ve etkinlikler

düzenlenmektedir. Böylece marka olma yolunda hızla ilerleyen destinasyonlar, gastronomi turizminden ciddi gelirler elde etmeye başlamaktadır. Nitekim İtalya'nın Toscana bölgesi, Fransa'nın Champagne ve Burgundy bölgesi, Amerika'nın Napa Vadisi turistlere hatırlanabilir bir deneyim yaşatmak amacıyla gerçekleştirilen gastronomi seyahatleri ile ön plana çıkmakta ve gastronomi turizmi kapsamında güzel örnek teşkil eden sunumlar gerçekleştirmektedir (Özdemir ve Çalışkan, 2011: 479).

Dünyaca ünlü bazı tur operatörleri, gastronomi turlarını; önemli gastronomi merkezlerindeki aşçılık okullarına, yerel mutfakları ile ünlü gastronomi merkezlerine, gıda pazarlarına/fuarlarına, kahve, çay ekim ve hasat turlarına, mantar ve ot toplama turlarına, çikolata ve şarap turlarına katılım şeklinde düzenlemektedir (Shenoy, 2005). Gastronomi turizmi, sadece bireysel turistlere veya küçük gruplara hitap etmemektedir. Aynı zamanda aşçılar ve konuyla ilgili diğer profesyoneller de öğrenme, eğitim, yarışma amaçlı seyahatleri sırasında gastro turist sayılmaktadırlar (Wolf, 2006: 3, akt. Akgöl, 2012: 41). Özel ilgi turları kapsamında gerçekleştirilen gastronomi seyahatlerinde, katılımcı olarak özellikle gazete ve dergilerin yemek yazarları, araştırmacılar, gurmeler; mekân olarak da gastronomi konusunda seçilmiş kurum ve kuruluşlar tercih edilerek gastronomiye olan ilgi ve merakın artması amaçlanmaktadır (Küçükaltan, 2009: 5).

2.1. GASTRONOMİ TURİZMİNİN TANIMI

Gastronomi turizmi, bilinenden farklı bir mutfak kültüründeki yiyeceklerin tüketilmesini, hazırlanmasını, sunulmasını ve fiziksel mekân olarak mutfağı, öğün sistemlerini, yeme biçimlerini keşfetmek amacıyla gerçekleştirilen turizm şeklidir (Long, 2003: 21). Başka bir tanımla gastronomi turizmi, birincil ve ikincil yiyecek üreticilerini ve yiyecek festivallerini ziyaret etmek, yiyecekleriyle tanınmış belirli destinasyonlardaki konaklama işletmeleri ve restoranlarda üretilen yiyecekleri tatmak ve tanımak amacıyla yapılan seyahatlerdir (Hall ve Mitchell, 2000: 10).

“Gastronomi turizmi, ana motivasyon kaynağı özel bir yemeğin tadımı veya bir yemeğin üretim aşamalarını görmek amacıyla, yöresel veya kırsal alanları, yiyecek üreticilerini, restoranları, yemek festivallerini ve özel alanları ziyaret

etmektir” (Yüncü, 2010: 29). Bir başka çalışmada, gastronomi turizmi “Daha önce yaşanmamış bir yiyecek ve içecek deneyimi yaşamak için seyahat motivasyonu yaratan ve seyahat davranışlarının güdülenmesine önemli ölçüde yardımcı olan turizm şekli” olarak tanımlanabilmektedir (Harrington ve Ottenbacher, 2010).

Tanımlardan da anlaşılacağı üzere gastronomi turizmi, mutfak kültürlerinin öğrenilmesine, ziyaretçilerin yiyecek içecek etkinliklerine aktif katılımına ve üretici-turist buluşmasına dayanabilen bir turizm çeşidi olup, farklı ve otantik deneyimler yaşama arayışındaki turistler için başlıca çekim faktörü olabilmektedir (Özdemir ve Çalışkan, 2011).

2.2. GASTRO TURİSTİN TANIMI VE SEYAHAT MOTİVASYONLARI

Gastro turist olarak adlandırılan kişiler, “Turist” kelimesinin tanımından hareketle, sadece yemek yemek için bulundukları ülkeden başka bir ülkeye gidebilecek boş zamana, yeterli maddi imkâna ve isteğe sahip kişilerdir (Hatipoğlu, 2010: 6).

Turistler, bir destinasyonda yiyecek ve içecek tüketimini sadece fizyolojik sebeplerle değil, prestij ve statü gibi sembolik anlam yüklemelerine bağlı olarak ya da sosyal ilişki kurma ve eğlenme gibi amaçlarla da gerçekleştirmektedir (Correia vd., 2008). Öyle ki, bir turistin şampanyaları ile ünlü Fransa’nın Champagne bölgesini ziyaret etmesi, bu ziyareti esnasında şampanya yapım aşamasından şampanya tadımına kadar pek çok konuda yapılan etkinliklere katılması, edindiği bilgi ve deneyimleri dönüşte tanıdıkları ile paylaşması sonucunda, bahsi geçen sosyal ilişki kurma, sembolik anlam ve eğlenme amaçlarını bir arada gerçekleştirdiğini açıkça göstermektedir (Charters ve Menival, 2011).

Fields (2002), turistleri yiyecek içecek amaçlı seyahatlere yönelten dört temel motiften söz etmektedir. Dört temel motiften ilki fiziksel motifler (yeni yiyecek ve içecekleri tatma, görme ve koklama duyuları ile deneme), ikincisi kültürel motifler (yerel mutfakları deneyimleme ve yerel kültürü öğrenme), üçüncüsü sosyal motifler (yeni sosyal ilişkiler kurma), dördüncüsü ise statü ve prestij motifidir (akt. Çalışkan, 2013: 44).

Boyne ve arkadaşlarının (2003) ise turist ilgisine göre bir gruplandırma yaptıkları görülmektedir. Bu gruplandırmada dört farklı turist tipinden söz edilmektedir. Birinci tip turistler için turistik deneyimde yiyecek ve içecekler çok önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle, bu türdeki turistler destinasyonun mutfak kültürüne, yerel yiyecek ve içeceklerine ilgili ve meraklıdır; öğrenme, keşfetme ve deneyimleme istekleri yüksektir. İkinci tip turistler için de yerel yiyecek ve içecekler önemli olmakla birlikte aktif enformasyon arayışında oldukları söylenemez. Ancak yerel gastronomi ile ilgili enformasyonu değerlendirirler. Üçüncü tip turistlerse yiyecek ve içecekleri seyahatlerinin önemli bir parçası olarak görmezler. Ancak lezzetli ve keyif verici yiyecek ve içeceklerle karşılaşılırsa ve bunları tadarlarsa yiyeceklerle ilgili aktivitelerde de yer alabilirler. Dördüncü tip turistler için de yiyecek ve içeceğin büyük bir önemi yoktur. İyi kalitede yiyecek ve içeceklerle karşılaşsalar da fikirleri değişmeyebilir (akt. Özdemir ve Çalışkan, 2011: 482).

Gastro turistlerin seyahat motivasyonlarını aşağıdaki gibi sıralayabiliriz:

1. Ünlü bir restoranın aşçısının veya sahibinin katıldığı bir toplantıyı veya pişirme performansını seyretmek,
2. Yeni ve ünlü bir yiyecek içecek işletmesinde yiyip içmek, açılış gecesine veya düzenlenen özel bir programa katılmak,
3. Sadece yerel halkın gittiği, bulunması güç bir lokanta ya da bara gitmek,
4. Yemek, şarap veya bira festival ve etkinliklerine katılmak,
5. Yöreye özgü taze yiyecekleri araştırmak (manavda, pazarda veya kendin topla çiftliklerinde taze ot, mantar, meyve ve sebzeler),
6. Şarap üretimi yapılan yerleri ziyaret etmek, şarap üretim sürecini takip etmek,
7. Yemek kurslarına katılmak (birkaç gün, hafta veya ay) (Wolf, 2006: 3, akt. Akgöl, 2012: 41).

3. ŞEHİR KIYASLAMASI

Araştırmanın bu bölümünde destinasyon, kıyaslama ve şehir kıyaslaması tanımlarına yer verilerek, konu ile ilgili kavramlar açıklanmaktadır.

“Seyahat nedenleri açısından, geçici olarak bir başka yere gitmek ve orada belli bir süre kalmak, gidilen yerin gezi ihtiyacını karşılama konusunda sahip olduğu özelliklere bağlıdır. Söz konusu yer/mekân; bir ülke, bir bölge ya da herhangi bir turizm merkezi olabilir. Buna turizm ekonomisi ve işletmeciliğinde "destinasyon" denilmektedir” (Bahar ve Kozak, 2005: 18).

Turizm destinasyonları, turizm hareketlerinin en önemli odak noktalarından birisidir. İnsanların geçici yer değiştirmelerinin amacı, belirli bir turizm destinasyonunu ziyaret etmektir. Bu destinasyonlar, çeşitli cazibe unsurları nedeniyle ziyaretçileri kendilerine çekmekte ve turizm sektöründen ciddi gelirler elde etmektedirler (Pekyaman, 2008: 6). Öyle destinasyonlar vardır ki, turizm olmasa başka şekilde gelir elde etmesi veya insanların başka bir sebebe bağlı olarak o yöreleri ziyaret etmesi söz konusu değildir. Bu tip destinasyonlar için hayat kaynağı olan turizm, sahip olduğu ekonomik yetenekleri ile belli bir refah düzeyini yakalamış toplumlar içerisinde artı değer sağlamaktadır (Çelik, 2009: 48-49).

Kıyaslama, “Bir başkasının kendimizden daha ileride olduğunu kabul etme alçakgönüllülüğünü ve bu farkı ortadan kaldırmak hatta geçmek için neler yapılması gerektiğini öğrenme bilgeliğini gösterebilmek” olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımda önemli nokta “Başkalarından öğrenmek” olup, kıyaslamanın sürekli gelişim için yararlı bir araç olduğunu kabul etmektir. Kıyaslama yapmanın avantajı; en iyi örneklerin incelenme aşamasında, sınıfında ‘En iyi’ olanların neyi bildiklerini ve nasıl öğrendikleri konusunda fikir sahibi olmayı sağlamasıdır (Zengin ve Erkol, 2013: 3).

Şehirlerin kıyaslanmasına ilişkin çalışmalar oldukça sınırlı olmakla birlikte şehir kıyaslamasına ilişkin belirli bir tanım da bulunmamaktadır. Zengin ve Erkol (2013: 4), şehir kıyaslamasını şehrin performansını en iyi uygulamalı ya da en uygun kıyaslanabilir şehir ile ölçmek ya da kontrol etmek olarak açıklamaktadır.

Şehir kıyaslaması için belirli ve tek bir yöntem bulunmamaktadır. Bir şehrin nasıl etkili performans gösterebileceği, rekabetçi yapısını nasıl koruyabileceği ve gelişen uygulama ve politikaları nasıl sağlayabileceği konuları kıyaslamanın temelini oluşturmaktadır. Şehir kıyaslaması iki tür soruya yanıt aramaktadır. Birincisi; kıyaslanacak öğeler ve kıyaslama için hangi şehrin uygun olduğudur. Bu soruya yanıt bulduktan sonra, en iyi uygulamayı sağlayan veya en iyi ölçütlere sahip olan şehirler ile kıyaslama yapılmaktadır. Fakat kıyaslama çalışmaları çok farklı bir boyut almış olup iki benzer şehrin kıyaslanmasına da gidilebilmektedir. İkincisi; kıyaslanacak şehirler ne yapıyor, hangi sonuçlar neden başarı getirdi, nasıl yaptılar, ne sonuçlarını elde ettiler ve rekabet etmek için ne gerekiyordu gibi sorulardır. Bir

şehir kıyaslandığı şehirden neler öğrenmesi gerektiğini ve kendisini geliştirmesi için hangi uygulamaları kendi şehrine uyarlaması gerektiğini belirlemesi gerekmektedir (Zengin ve Erkol, 2013: 4).



BÖLÜM SONUCU

Genel olarak gastronomi ve gastronomi turizminin anlatıldığı birinci bölümü özetlemek gerekirse, gastronomi turizmi birçok turizm çeşidi ile birlikte değerlendirilebilecek niteliklere sahip bir turizm çeşidi olup, yöreye özgü kültürel değerlerin en iyi şekilde tanıtılmasına imkân vermektedir.

Destinasyon pazarlamasında gastronominin önemi gittikçe artmakta ve insanlar kültürel değerleri öğrenmek, gittikleri bölgeyi sadece görmekten ziyade farklı etkinliklerle deneyimler yaşamak istemektedirler. Hem turist beklentilerindeki değişiklikler hem de turizmin kültürel açıdan çeşitlenmesi ile gastronomi turizmi gelişmekte ve destinasyonlar yöreye özgü kültürel değerlerini ön plana çıkarmaktadırlar.

Gastronomi, kültürel mirası sergileme ve yaşatma hususunda önemli bir kaynak durumundadır. Yöresel gastronomi sunumları ile insanların geçmiş yaşantıları anlamalarına bir nebze de olsa geçmişi yaşamalarına imkân tanınmaktadır.

Günümüzde turizm hareketlerinin çoğunluğunda bölgenin gastronomisi ile ilgili çabalar dikkat çekmektedir. Yerel gastronomi, temel çekicilik faktörünü güçlendiren alternatif çekicilik faktörü olarak değerlendirilmesinin yanı sıra, destinasyonlarda başlı başına temel çekicilik faktörü olarak da belirlenebilmekte ve bu destinasyonlar gastronomi turizminden ciddi gelirler elde etmektedirler.

Destinasyonlarda gastronomi sunumlarının geliştirilmesi için, gastronomi ile ün yapmış destinasyonlar örnek alınarak bölgede gastronomi sunumunun geliştirilmesi adına yapılacakların belirlenmesi gerekmektedir. Bu anlamda, uygulamaları başarılı olan gastronomi destinasyonları ile gastronomisi geliştirilmek istenen destinasyonların kıyaslanması önem arz etmektedir. Bu düşünceden hareketle, dünyanın 18 gastronomi şehrinden biri olan Gaziantep rehberliğinde Afyonkarahisar'da gastronomi sunumunun geliştirilmesi adına yapılacaklar belirlenmeye çalışılmıştır. Sonraki bölümde UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı ve Gaziantep gastronomisi irdelenecektir.

İKİNCİ BÖLÜM

UNESCO GASTRONOMİ KENTİ GAZİANTEP

Çalışmanın bu bölümünde Gaziantep hakkında genel bilgiler sunulduktan sonra Gaziantep mutfak kültürü hakkında detaylı bilgi verilmeye çalışılmıştır. Akabinde UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı hakkında bilgi verilmiş olup, başvuru süreci incelenmiştir. Yaratıcı Şehirler Ağına başvuru ve kabul edilme süreci hakkında bilgi edinmek amacıyla Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Dış İlişkiler Daire Başkanlığı personellerinden AB ve Projeler Uzmanı Sylvie Fontana Yılmaz ile yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Ayrıca Gaziantep Gastronomisi hakkında bilgi edinmek amacıyla Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Mutfak İşleri Daire Başkanlığı ve Mutfak Sanatları Eğitim Merkezi personeli ile yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Gaziantep'in Dünya Gastronomi Kenti olarak seçilmesinde etkili olan faktörler ise rehber kriterler üzerinden değerlendirilmiştir. Değerlendirmede Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Mutfak İşleri Daire Başkanlığı ve Mutfak Sanatları Eğitim Merkezi personellerinin görüşlerine yer verilmiş olup, ayrıca internet kaynakları da kullanılmıştır. Bu bölüm, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı hakkında bilgi vererek başvuru sürecini Gaziantep örneği ile anlatmaya da çalıştığından, literatüre katkı sağlaması açısından önem arz etmektedir.

1. GAZİANTEP HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Anadolu'nun ilk yerleşim merkezlerinden biri olan Mezopotamya ile Akdeniz Bölgesi'nin kesişme noktasında yer alan Gaziantep, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin en büyük, Türkiye'nin ise sekizinci büyük kentidir. Büyükşehir statüsünde olan Gaziantep'in Şahinbey, Şehitkâmil ve Oğuzeli merkez ilçe olmak üzere Nizip, Yavuzeli, Karkamış, İslâhiye, Araban ve Nurdağı ilçeleri ile birlikte toplam dokuz ilçesi bulunmaktadır. (Gaziantep Belediyesi, 2017a).

Akdeniz Bölgesi ile Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin birleşme noktasında yer alan Gaziantep, Suriye, Kilis, Şanlıurfa, Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye ve

Adıyaman illeriyle komşudur (İpekyolu Kalkınma Ajansı [İKA], 2017). Türkiye İstatistik Kurumu Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) verilerine göre, 2016 yılında Gaziantep'in toplam nüfusu 1.974.244'dür (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2017a).

Farklı uygarlıkların, kültürlerin ve dinlerin bir arada yaşamasıyla gelişen Gaziantep, birçok medeniyete ev sahipliği yapmış ve uğrak yeri olma özelliğini korumuştur. Paleolitik, Neolitik, Kalkolitik, Tunç, Hitit, Mitani, Asur, Pers, Büyük İskender, Selevkoslar, Roma, Bizans, İslam, Türk-İslam ve Osmanlı dönemlerine ait izleri/eserleri günümüze kadar taşımaktadır. İpek Yolu üzerinde bulunması, Gaziantep şehrinin önemini arttırmış ve tarihin her döneminde kültür ve ticaret merkezi olmasını sağlamıştır (Gaziantep Belediyesi, 2017b).

Helenistik, Roma ve Bizans dönemlerinden Belkıs/Zeugma gibi birçok antik yerleşim alanlarının kalıntıları da günümüze kadar ulaşmıştır. Türk-İslam ve Osmanlılar dönemlerinde çok sayıda cami, medrese, han ve hamam yapılmış, kent aynı zamanda üretim, ticaret ve el sanatları yönünden de ilerlemiştir. Günümüzde restore edilerek hizmete açılan hanlar, ticaretin ve zengin el sanatlarının yaşatıldığı yerler olarak faaliyetini sürdürmektedir (Şahin, 2015: 57).

Gaziantep, Kurtuluş Savaşı hatıraları, zengin tarihi ve kültürel dokusu, başta Zeugma Mozaik Müzesi olmak üzere yoğun ziyaretçi çeken müzeleri, zengin el sanatları, dünya mutfakları arasında ayrıcalıklı bir yere sahip, seneler boyunca geleneklerinin ve yöresel damak lezzetinin zenginliğini koruyan Gaziantep Mutfağı, ören yerleri, tarihi mekânları ile turizmin son yıllarda adından söz ettirdiği önemli merkezlerden biri olmayı başarmıştır. Gaziantep'te gezilecek yerler arasında Dülük Antik Kenti, Rumkale, Bakırcılar Çarşısı, Zincirli Bedesten, Naib Hamamı, Bey Mahallesi, Kurtuluş Camii, Gaziantep Kalesi, Tarihi Antep Evleri gibi yerler sayılabilir. Bunun yanı sıra çok sayıda müzesiyle "Müzeler kenti" olan Gaziantep'te ziyaret edilebilecek müzeler şöyle sıralanabilir (Gaziantep Valiliği, 2016).

1. Zeugma Mozaik Müzesi
2. Gaziantep Arkeoloji Müzesi
3. Hasan Süzer Etnografya Müzesi
4. Emine Göğüş Mutfak Müzesi

5. Gorgo Medusa Cam Eserler Müzesi
6. Gaziantep Savaş Müzesi
7. Bayazhan Gaziantep Kent Müzesi
8. Gaziantep Oyun ve Oyuncak Müzesi
9. Atatürk Anı Evi Müzesi
10. Gaziantep Savunması ve Kahramanlık Panorama Müzesi
11. Bakır Eserler Müzesi
12. Yesemek Açık Hava Müzesi
13. Gaziantep Hamam Müzesi
14. Ali İhsan Göğüş Müzesi ve Gaziantep Araştırmaları Merkezi
15. Gaziantep Mevlevihanesi Vakıf Müzesi
16. İslam Bilim Tarihi Müzesi
17. Gaziantep Kültür Tarihi Müzesi

2. GAZİANTEP MUTFAK KÜLTÜRÜ

Gaziantep yemeklerindeki lezzet yörenin toprağı, suyu ve havasındaki özelliklerden kaynaklanmaktadır. Yörede doğal şartlarda üretilen bitkisel ve hayvansal ürünlerdeki yüksek aroma ve tat, lezzeti önemli ölçüde etkilemektedir. Ayrıca malzemelerin seçimindeki titizlik, hazırlama ve pişirmede gösterilen beceri, farklı pişirme yöntemlerinin kullanımı, yemeklerin yapımında kullanılan ve yemeklerde değişik tat ve lezzet veren baharatlar, ekşiler, salçalar, soslar ve karışımlar, Gaziantep yemeklerinin ve tatlılarının şöhrete kavuşmasına ve aranılan tat olmasına neden olmaktadır (Gaziantep Valiliğı, 2016).

Tarihi zenginliğı ve coğrafi konumuyla ülkemizin en önemli yerleşim merkezlerinden biri olan Gaziantep, yemeklerinin çeşitliliğı ile Türk Mutfak geleneğini renklendiren özgün bir kültürel yapı ortaya koymaktadır. 400'ün üzerinde yemek çeşidine sahip olan Gaziantep'in 291 yemeğı ve tatlısı bölgeye özgüdür (Gaziantep Valiliğı, 2016).

Gaziantep mutfağının bazı özelliklerini şu şekilde sıralayabiliriz (Tokuz, 2002; Ünsal, 2002; Altınel, 2009; Öztan, 2014; Öney Tan, 2014; Gaziantep Valiliğı, 2016; Gaziantep Belediyesi, 2017d):

- Gaziantep’te köfte denilince ince bulgurla (simit) hazırlanan köfteler anlaşılmaktadır. Et ile yapılan ızgara, şiş veya sahanda köfteler; kebab olarak adlandırılmaktadır.
- Etli yemeklerde hayvan gövdesinin hangi bölümünün hangi yemeğe yakıştığı iyi bilinmektedir. Bu nedenle yapılacak olan yemeğe göre et satın alınmaktadır. Örneğin; bamyaya boyun eti, lahmacuna döş ve kaburga eti, şiş kebabına küşneme (bonfile) ve çiğ köfteye but eti (kapak kısmı) kullanılmaktadır.
- Kebaplar, Antep biberi, tere, tarhun, turp, turşu, soğan piyazı, maydanoz piyazı ve ayran ile servis edilmektedir. Ayran ise genellikle ayran tası ve ayran kaşığı ile servis edilmekte, yudum yudum içildiği için mideyi şişirmemektedir.
- Gaziantep’te taze yeşillikler kahvaltı dâhil olmak üzere bütün öğünlerde tüketilmektedir. Özellikle taze nane, taze tarhun, taze sarımsak, maydanoz ve taze soğan en sevilen yeşillikler arasındadır.
- Hem sağlık hem de tat verici olan taze sarımsak ve taze soğan, hem yemeklerde hem de salatalarda bolca kullanılmaktadır. Öyle ki başlı başına bir yemek olan “Sarımsak aşısı”, yarısı sarımsak olan “Bakla tavası”, taze sarımsak ve maydanozla hazırlanan “Sarımsaklı lahmacun”, taze soğan ve taze sarımsakların körpeyken beyaz kısmından yapılan “Şiveydiz”, taze soğan ve taze sarımsakla yapılan “Öcce”, dişli taze sarımsaktan yapılan “Sarımsak kebabı” örnek olarak verilebilir.
- Çorbalardan bazıları (beyran, paça) özellikle kış aylarında sabah kahvaltılarında içilmektedir. Genellikle bakliyat, tahıl ve sebze ağırlıklı çorbalarda yapılmakta, bakliyat ve tahıllar birbiri yerine kullanılabilir. Çorbalarda genellikle et suyu tercih edilmekte ve servis edilmeden önce üzerine yağ ve baharat karışımı dökülmektedir. “Yağ çağdırtmak” olarak tabir edilen işlem, sadeyağın (tereyağının suyu ayrıştırılmış hali) kızdırılıp içerisine yemeğin cinsine göre baharat eklenmesi olup, hem çorbalarda hem de diğer yemeklerde kullanılan lezzet arttırıcı bir işlemdir. Buradaki en önemli husus ise; baharatın yanmasına ve renginin değişmesine izin verilmeden yağın ateşten alınmasıdır. Örneğin; baharat olarak nane

kullanılacak ise, nane kepçe içerisine koyulup üzerine kızgın sadeyağ dökülmekte, baharat olarak kırmızıbiber kullanılacak ise, kızgın sadeyağın içerisine kırmızıbiber eklenir eklenmez ateşten alınmaktadır.

- Sebze ve meyveler mevsiminde tüketilmeye özen gösterildiği için yemekler mevsimine göre çeşitlilik göstermektedir. Örneğin; lahmacun mevsimine uygun malzemeler kullanılarak yapıldığı için lahmacunun farklı çeşitleri mevcuttur. İlkbahar aylarında taze sarımsak ile yapılan “Sarımsaklı lahmacun” yaz aylarında domates, patlıcan ile yapılan “Sebzeli lahmacun” (söğürmeli lahmacun) kış aylarında soğan ve salça ile yapılan “Soğanlı lahmacun” örnek olarak gösterilebilir.
- Gaziantep mutfağında meyveler yemeklerde önemli ölçüde kullanılmaktadır. “Çir aş” (çir: Kurutulmuş zerdali), “Elma aş”, “Elma tavas”, “Erik tavas”, “Elma kebab”, “Yoğurtlu çağla aş”, “Yenidünya kebab” örnek olarak gösterilebilir.
- Gaziantep mutfağında kullanılan baharatlar yöreye özgü özellikler göstermekte olup, yemeğe göre baharat kullanımları değişmektedir. Örneğin; yoğurtlu yemeklerde haspir veya nane, bazı yemek ve çorbalarda tarhun, ciğer kebabında kimyon, aşurede rezene (mayana), sütlaçta tarçın kullanılmaktadır. En çok kullanılan baharatlar; karabiber, nane, tarhun, haspir, yenibahar, sumak, kırmızıbiber ve zahterdir. Ayrıca baharatçılarda çeşitli baharat karışımları yapılarak, köfte ve dolma baharatları adı altında satılmaktadır.
- Firik, Gaziantep mutfağına özgü bir bulgur çeşidi olup, buğday başağı tam olgunlaşmadan yakılarak elde edilmektedir. Firik pilavı, Gaziantep’te sevilen bir pilav çeşididir.
- Başka yörelerde kelle-paçanın derisi yüzülerek kullanılmasına karşın Gaziantep’te özel ocaklar üzerinde ütülerek temizlenmektedir.
- Başka yörelerde bir ya da iki çeşit ekşi malzeme kullanılırken, Gaziantep mutfağında yedi çeşit ekşi malzeme kullanılmaktadır. Bu ekşiler; limon, limon tuzu, koruk, koruk pekmezi, sumak tozu, sumak ekşisi ve nar ekşisidir. Gaziantep’te hangi yemeğe hangi ekşinin yakıştığı iyi bilindiğinden yemeğe göre ekşi kullanılmaktadır. Örneğin; bamyada koruk, lahanada ve pancar

sarmasında nar ekşisi, yaprak sarmasında erik, sulu salatada ise sumak ekşisi kullanılmaktadır. Yemeğin tat ve görünümünde değişiklik olmaması açısından ekşinin yemeğe ilave zamanı da önemlidir.

- Bazı sebzelerin yerli türleri bulunmakta olup, yörede tüketimi bir hayli fazladır. Haylan kabağı, tüylü acur, Antep biberi (Barak biberi) yerli türlere örnek olarak gösterilebilir.
- Gaziantep mutfağının en belirgin özelliklerinden biri; kış için yapılan hazırlıklardır. Mevsime göre yapılan kışlık hazırlıklar incelendiğinde, ilkbaharda peynir yapımı ve sarımsak turşusu hazırlanması, yazın salça ve kurulukların hazırlanması, sonbaharda şire ve pekmez yapımı, bulgur ve firik hazırlanması ve turşu kurulması hemen dikkati çekenler arasında yer almaktadır. Dolmalık olarak kurutulan malzemeler; patlıcan, biber, haylan kabağı ve tüylü acur olarak sıralanabilir. Ayrıca pırpırım (yabani semizotu), börk (patlıcanların sap kısmındaki etli kısım) ve bamya kurutularak kışın sebze yemekleri hazırlanmaktadır.
- Çok ince oyularak hazırlanan dolmaların iç harcında kıyma değil, pirinç veya bulgur yoğunluktadır. Dolmalar ilikli kemik, bol ekşi, sarımsak ve nane kullanılarak pişirilmektedir. Sarmalar ise sarımsak, yeşil erik veya ekşiler ile pişirilmektedir.
- Çiğköfte; sert simit (köftelik bulgur), buz ve limon kabuğu ile yoğrulmakta olup, su yerine domates suyu kullanılmaktadır.
- Buğdayın haşlanmış hali “Hedik” olarak adlandırılmaktadır. İyice haşlanan buğdayın içerisine ceviz içi, nar taneleri, rezene, tarçın, haşlanmış nohut, toz şeker ilave edilerek servis edilmektedir.
- Gaziantep’te en çok sevilen ve tüketilen mantar çeşidinden biri keme adı verilen mantardır. Keme mantarının çorbası, kebabı, tavaşı, lahmacunu, pilavı, sulu yemeği ve dolması yapılmakta olup, kış mevsimi için de kurutulmaktadır.
- Gaziantep mutfağında yoğurtlu yemekler ayrı bir yemek kategorisi olup, pek çok etli ve sebzeli yemek yoğurtla pişirilmektedir. Ayrıca yoğurt ilkbaharda taze sarımsak, çiğdem, çağla, bakla, keme, marul gibi bahar lezzetleriyle de birleşerek farklı yemekler ortaya çıkmaktadır.

- Lahmacun ve kebaplarda et makinesinde çekilen kıyma, pişerken öbek öbek toplandığı için tercih edilmemektedir. Bunun yerine etin lezzetinin daha iyi anlaşılmasını sağlayan ve topaklanmayan bıçak kıyması (zırh kıyması) kullanılmaktadır. Bıçak kıyması, zırh adı verilen büyük bir bıçakla etin küçültülerek kıyma haline getirilmesidir.
- Gaziantep'te ekmek fırınlarına "Pide fırını" denilmektedir. Diğer yörelerde kıymalı, peynirli hazırlanan pidelere yörede "Börek" denilmektedir. Gaziantep'te pide denilince ekmek yerine geçen "Tırnaklı pide" anlaşılmaktadır. Pideler genellikle yemek zamanında sıcak olarak satın alınmaktadır. Pide fırınlarında tırnaklı pide, kübban (balon ekmek), açık ekmek ve peynirli börek satılmaktadır.
- Gaziantep mutfağında fırın ve kasap dükkânları önemli bir yer teşkil etmektedir. Bu işletmeler ev mutfağının bir uzantısı olup, pek çok yemeğin hazırlanmasında ciddi payı bulunmaktadır. Örneğin; lahmacunun iç harcı genellikle evde hazırlanmayıp, bir tepsi içerisine sebzeler koyularak kasap dükkânına verilmektedir. Kasap, et ve sebzeleri zırhlayarak lahmacunun iç harcını hazırlayıp fırına vermektedir. Tepsi sahibi de pişen lahmacunları fırından almaktadır. Yaz aylarında ise patlıcan, domates, biber gibi sebzeler közlenmek amacıyla fırınlara verilmektedir. Ayrıca iç harcı evde hazırlanan börekler ya da tepside hazırlanan yemekler de pide fırınlarında pişirilmektedir. Gaziantep'te fırın, kasap ve bakkal-manav genellikle bitişik dükkânlarda olduğu için dükkânlar arasında işbirliği ve uyum söz konusudur.
- Kimi yemekler toplumsal kültürün bir parçası olarak, şenlik, bayram veya pikniklerde topluca -imece usulü ile- hazırlanmaktadır. Kimileri ise yaygın olarak her yerde öğünün parçası olarak hazırlanabilmektedir. Örneğin; yuvalama ramazan bayramında her evde pişirildiği ve zahmetli bir yemek olduğu için genellikle imece usulü ile hazırlanmaktadır.
- Gaziantep'te yemeğin yanında genellikle ayran tercih edilmektedir. Yemeklerden sonra kışın menengiç kahvesi ve zahter çayı, yazın urmu dut şerbeti (ekşi karadut) ve meyan şerbeti tüketilmektedir.

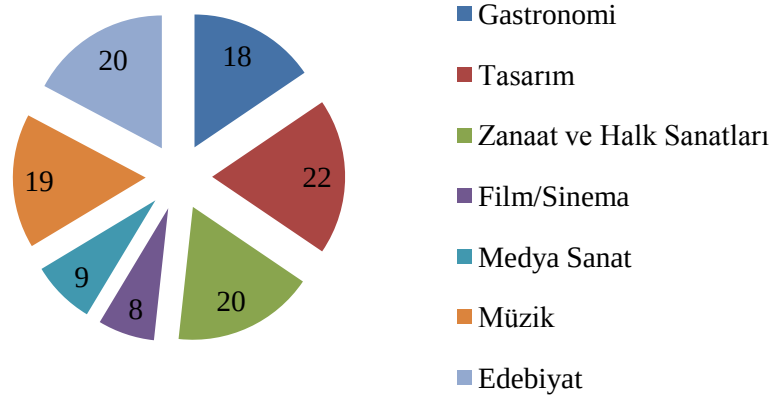
- Gaziantep’te diğ er yörelerden farklı olarak tüketilen kuruyemi ler; karpuz çekirdeğı ve kendir (kırık leblebi ve kavrulmuş menengiç tohumu karışımı)’dir.
- Gaziantep mutfağında kullanılan araç gereçler çeşitlilik göstermektedir. Özellikle bazı araç gereçler bir ürüne özel kullanım amacıyla üretilmiştir. Dolma oyacağı ve dolma bıçağı,  cce tavası, kerebi  kalıbı örnek olarak gösterilebilir.
- Gaziantep’te kebab pişirmek için dörtgen kesitli dövme demir üç ve yassı   ler kullanılmaktadır. Dörtgen kesitli   ler daha çok kullanılmakta olup, yassı   ler yağı kıyma kebabları ve sebzeler için kullanılmaktadır.

3. UNESCO YARATICI ŞEHİRLER Ağı HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Yaratıcı  ehirler Ağı (Creative Cities Network) 2004 yılında kurulmuş bir Birleşmiş Milletler Eğıtim, Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO) programı olup, kültürel çeşitlilik ve sürdürülebilir kentsel kalkınma misyonuyla çalışan yaratıcı şehirlerden oluşan bir ağıdır. Çeşitli bölgelerden, farklı gelir seviyeleri, kapasite ve nüfusa sahip şehirleri yaratıcı endüstriler alanında çalışmak üzere bir araya getiren bir girişimdir. Ağın hedefi kentsel kalkınma, sosyal kapsayıcılık ve kültürel etkileşim için  nc  olarak yaratıcılığa yatırım yapan şehirler içinde ve arasında uluslararası işbirliğini güçlendirmektir.  ehirler ağına katılarak yaratıcılık ve kültürel endüstrileri geliştirmek, en iyi uygulamaları paylaşmak, kültürel yaşama katılımları güçlendirmek, ekonomik ve sosyal kalkınma strateji ve planlarına kültürü entegre etmek amacıyla i birliklerini geliştirmeyi ve ortak çalışmayı taahhüt etmektedirler (Birleşmiş Milletler Eğıtim, Bilim ve Kültür Kurumu [UNESCO], 2017a).

 ehirler, tarihi ve kültürel ge mi leri ve çeşitli kültür aktörlerini bir arada bulunduran dinamik yapılarıyla yaratıcılığın yeni boyutlarını üretmesi gerekmektedir. Program, yerel aktörler tarafından yürütülen kültürel endüstrilerin yaratıcı, ekonomik, sosyal potansiyelini geliştirmeyi amaçlamakta ve bu sebeple UNESCO’nun kültürel çeşitlilik ideallerini desteklemektedir. Yaratıcı  ehirler Ağı,  ehirler tarafından kendi yetenek ve enerjilerini yönlendirecekleri yaratıcı endüstri sektörü tercihlerine göre seçilebilecek yedi tema etrafında  ekillendirilmi tir. Bu

temalar: edebiyat, film/sinema, müzik, zanaat ve halk sanatları, tasarım, gastronomi ve medya sanatları olarak belirlenmiştir. Hâlihazırda, Yaratıcı Şehirler Ağı'nın 54 ülkeden 116 üyesi bulunmaktadır (UNESCO, 2017b). Temalara göre şehirlerin dağılımı şu şekildedir:



Şekil 1. Temalara Göre Yaratıcı Şehirler **Kaynak:** en.unesco.org

2015 yılına kadar UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı gastronomi temasında Çin'den iki kent, Brezilya, Güney Kore, İsveç, Kolombiya, Japonya ve Lübnan'dan birer şehir gastronomi kenti unvanına sahip olup, 2015 yılında Gaziantep ile birlikte 9 kent daha bu listeye dâhil edilmiştir (Gaziantep Belediyesi, 2017c).

Gaziantep, Avrupalı Seçkin Destinasyonlar Projesi'nin (EDEN) 2015 yılı Ulusal Destinasyonu "Yerel Gastronomi ve Turizm" teması ödülünü almıştır. Gaziantep Mutfağı, UNESCO Yürütme Kurulunun aldığı karar doğrultusunda Yaratıcı Şehirler Ağı listesine 11.12.2015 tarihinde girerek gastronomi alanında 18 şehirden biri olmuştur (Gaziantep Valiliği, 2016; Gaziantep Belediyesi, 2017c).

Gastronomi şehirleri aşağıda sıralanmıştır. Bunlar;

1. Popayán (Kolombiya)
2. Chengdu (Çin)
3. Östersund (İsveç)
4. Jeonju (Güney Kore)
5. Zahle (Lübnan)

6. Florianopolis (Brezilya)
7. Shunde (Çin)
8. Gaziantep (Türkiye)
9. Tsuruoka (Japonya)
10. Ensenada (Meksika)
11. Tuscon (Amerika Birleşik Devletleri)
12. Belém (Brezilya)
13. Dénia (İspanya)
14. Burgos (İspanya)
15. Parma (İtalya)
16. Bergen (Norveç)
17. Phuket (Tayland)
18. Rasht (İran [İslam Cumhuriyeti]) (UNESCO, 2017c)

Gastronomi Şehri için rehber kriterler ise şunlardır:

- Kent merkezi ve/veya bölgenin karakteristiği olan iyi gelişmiş gastronomi
- Çok sayıda geleneksel restoran ve/veya şefi bünyesinde barındıran canlı bir gastronomi topluluğunun bulunması
- Geleneksel mutfakta kullanılan iç kaynaklı malzeme
- Endüstriyel/teknolojik gelişmeler karşısında ayakta kalabilmiş yerel bilgi, geleneksel mutfak uygulamaları ve metotları
- Geleneksel gıda marketleri ve geleneksel gıda endüstrisi
- Gastronomi festivaller, ödüller, yarışmalar ve diğer geniş kapsamlı tanınırlık faaliyetlerine ev sahipliği yapma geleneği
- Doğaya saygı ve sürdürülebilir yerel ürünlerin teşvik edilmesi
- Kamuoyunun takdirine çalışmak, eğitim kuruluşlarında beslenmenin teşvik edilmesi, biyoçeşitliliği koruma programlarının aşçılık okulları müfredatına dâhil edilmesi olarak sıralanabilir (UNESCO, 2017d).

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı programı başvurusu incelendiğinde; başvurmak isteyen şehirlerin başvuru alanlarındaki rehber kriterlere sahip olmalarının ön şart olduğu görülmektedir. Başvurularda rehber kriterler dışında

sürdürülebilir projeler de yer almaktadır. Başvuruda belirtilen projelerin 4 yıl içinde hayata geçirilmesi gerekli olup, sürdürülebilirliği sağlanmalıdır. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına dâhil olan kentler her 6 ayda bir faaliyet raporu göndermekle yükümlü olup, 4 yılda bir kapsamlı rapor sunmaktadırlar (Sylvie Fontana Yılmaz, kişisel görüşme, 22 Şubat 2017).

Başvuru süreci, ilgili paydaşlar ile devamlı iletişim ve yakın ilişkiler içerisinde sürdürülmeli ve başvurular bütün paydaşlarla işbirliği halinde yazılmalıdır. Başvurularda kentin zenginliklerinden (kültürel yapısı, insan kaynakları/yaratıcı yeteneği, eğitim ve öğretim tesisleri) ağı katkılarına kadar pek çok konuda bilgi verilmekte ve yapılacak yaratıcı projelerden bahsedilmektedir. Yaratıcı Şehirler Ağı programında yedi alandan (Edebiyat, Film/Sinema, Müzik, Zanaat ve Halk Sanatları, Tasarım, Gastronomi ve Medya Sanatları) sadece bir alana başvuru yapılmakta olup, alan tercihi başvuru yapan şehir tarafından yapılmaktadır. UNESCO'nun çalışma dilleri İngilizce ve Fransızca olduğu için başvuruların İngilizce veya Fransızca ile yazılması gerekmektedir (UNESCO, 2017e).

4. DÜNYA GASTRONOMİ ŞEHİRİ GAZİANTEP

Gaziantep, Yaratıcı Şehirler Ağına yer alan ilk Türk şehri olarak “Gastronomi” alanında dünyadaki 18 şehirden biri olmayı başarmıştır. Gaziantep ilk kez 2013 yılında UNESCO'ya başvuru yapmış ancak veriler ve yaratıcı projeler yetersiz bulunduğu için başvuru kabul edilmemiştir. Bu tarihten itibaren gastronomi alanında çalışmalar hızlandırılarak 2015 yılında ikinci kez başvuru yapılmıştır (Sylvie Fontana Yılmaz, kişisel görüşme, 22 Şubat 2017).

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı başvurusu için 2015 yılında çalışmalar yoğunlaştırılarak Paris'te bulunan UNESCO'nun merkez binasında yaklaşık 350 kişinin katıldığı “Culinary Discovery Day” konulu etkinliğe 2015 yılının Mart ayında kalabalık bir heyetle katılım sağlanmıştır. 2015 yılının Nisan ayında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı için başvuru formu yayınlanmış olup çalışmalar daha teknik bir boyut kazanmıştır. Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı Fatma Şahin ve Ahmet Ertürk liderliğindeki Dış İlişkiler Daire Başkanlığı'nın yürüttüğü çalışmalara kentin diğer kurum ve kuruluşları (Gaziantep Valiliği, Gaziantep Ticaret Odası, Gaziantep

Sanayi Odası, İpekyolu Kalkınma Ajansı), gurmeler, restoran sahipleri ve baklavacılar da destek vermiştir. Başvuru formunun hazırlanması, yazılması ve tercümesinde Büyükşehir Belediyesi Dış İlişkiler Daire Başkanlığı personellerinden Sylvie Fontana Yılmaz ve Muhammed Sıtkı Bayram, Trakya Üniversitesi Miras Yönetim Uzmanı Yaşagül Ekinci ve Tarihi Kentler Birliği Danışmanı Namık Kemal Döleneken yoğun emek harcamışlardır. Büyük bir özveri ve titizlikle hazırlanan 15 sayfalık başvuru formu 14 Temmuz 2015 tarihinde, önce UNESCO Türkiye Milli Komisyonu'na sunulmuş olup, gerekli resmi izinler ve kontrollerinin ardından UNESCO'ya gönderilmiştir. Eylül ayında Gaziantep yemeklerinin ve baharatlarının yer aldığı bir web sitesi (www.gastroantep.com.tr) oluşturulmuştur. 2015 yılının Aralık ayında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı başvuru sonuçları açıklanmış olup, Gaziantep gastronomi dalında Yaratıcı Şehirler Ağına girerek dünyadaki 18 gastronomi kentinden birisi olmuştur. Gaziantep Büyükşehir Belediyesi bu başarının ulusal ve uluslararası alanda tanıtımı amacıyla 20 Şubat 2016 tarihinde Çırağan Sarayı'nda Lansman töreni düzenlemiştir (Sylvie Fontana Yılmaz, kişisel görüşme, 22 Şubat 2017).

Başvuruda taahhüt edilen sürdürülebilir projeler aşağıda yer almaktadır. Söz konusu projelerin 4 yıl içerisinde yapılması ve sürdürülebilirliği sağlanması gerekmektedir. Taahhüt edilen projeler:

- Mahalle Mutfakları
- Mirası Tescillemek: Otlar
- Engelsiz Atölye
- İpek Yolu Kentleri ile Kültür Alışverişi
- Uluslararası Gastronomi Festivali
- Baharatların Saklama-Pazarlama Koşullarının İyileştirilmesi'dir (Sylvie Fontana Yılmaz, kişisel görüşme, 22 Şubat 2017).

Mahalle Mutfakları

Bu projede paydaşlar; Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, Gaziantep Üniversitesi, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) ve Gaziantep Ticaret Odası'dır. Proje kapsamında pilot

olarak seçilen 2 mahallede tam donanımlı mutfak kurulacak ve bu mutfaklarda çalışmak isteyen kişilerin istatistikî bilgileri derlenecektir. Derleme aşamasında kişilerin mevcut firmalara ürün satma istekleri belirlenecektir. Çalışmaya gönüllü kişilerin tespit edilmesinden sonra kooperatifler veya ortaklıklar kurarak kişilerin Mahalle Mutfaklarını kullanarak iş hayatına daha düşük yatırım maliyetleri ile girmeleri sağlanacaktır. Mutfakları kullanan kişileri yeme-içme servis sağlayıcıları ile buluşturan, karşılıklı tarafların birbirlerini anlamalarını ve ihtiyaçlarını birlikte tespit etmelerini sağlayan “Mutfak Buluşmaları” organize edilecektir. Bu sayede Mahalle Mutfakları’nın uzun vadede yeme-içme sektöründeki arz-talep taraflarını bir araya getiren bir döngü yaratması sağlanacaktır. Genel kullanıma açık bu mutfakların düzenli kullanıcıları yanında, geçici kullanmak isteyenler ve ziyaretçi kullanıcılar için de kullanım sağlanacaktır (Gaziantep Belediyesi, 2017d).

Gaziantep Baharatlarının Saklama-Pazarlama Koşullarının İyileştirilmesi

Bu projede paydaşlar; Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, Gaziantep Valiliği, Gaziantep Üniversitesi ve Gaziantep Ticaret Odası’dır. Bölgesel ve ulusal bazda insan sağlığını tehdit edebilecek unsurların azaltılması ve yiyeceklerin üretimden pazarlamaya kadar geçen bütün süreçlerdeki sıhhi şartların sağlanması konusunda farkındalığın artması hedeflenmektedir. Proje kapsamında öncelikle kentte baharat üreticilerinin, toptancılarının, satıcılarının tümüne yönelik bilgilendirme toplantıları düzenlenerek sıhhi şartlar hakkında farkındalık seviyesi yükseltilecek, ardından depolama, saklama, pazarlama ortamları ve paketleme yöntemleri hakkında ikinci bir bilgilendirme ve farkındalık eğitimleri yapılacaktır. Üretici, toptancı veya pazarlamacıların standardı yakalamak için yapması gereken çalışmalar ve yatırımlar hakkında istatistikî veriler toplanacaktır. Son aşamada ise gerekli yatırımların yapılması ve uygulamalara geçiş sağlanacaktır. İlgili bilimsel eğitimi almış farklı mesleklerden uzmanları bir araya getirerek yeme-içme servisi sunan bütün kurumlar ile baharat sağlayıcılarını sürekli denetleyecek, sorularına cevap verebilecek ve oluşacak sorunlara hızlı şekilde müdahale ederek engelleyecek “Sağlık Zabıtaları” görev alacaktır (Gaziantep Belediyesi, 2017d).

Engelsiz Atölye

Bu projede paydaşlar; Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, Engelsiz Gaziantep, Gaziantep İşkur Müdürlüğü, Gaziantep Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği, KOSGEB, Gaziantep Hizmet Merkezi Müdürlüğü ve Halk Eğitim Merkezi'dir. Alt sosyo-kültürel grupların ve engelli vatandaşların sosyo-kültürel hayata daha fazla katılmalarını ve kentin sahip olduğu kültürel değerlerden daha fazla yararlanmalarını sağlamak amaçlanmaktadır. İsteyen engellilerin geleneksel zanaat dallarında meslek edinmeleri sağlanacaktır. Eğitime katılanların Gaziantep bakırcılığı, gümüş işlemeciliği, sedef kakmacılığı, yemenicilik gibi zanaatların uygulayıcıları olarak yetişmeleri sağlanacaktır. Eğitim alan kişilerin kendi işyerlerini açabilmeleri, mevcut işyerlerinde kolayca çalışabilmeleri veya sadece pazarlama tekniği ile ürünlerini nihai tüketicilere ulaştırabilmeleri için geleneksel zanaatlar eğitimi süresince ayrıca girişimcilik, işletme, halkla ilişkiler ve pazarlama konularında da pratik bilgileri edinmeleri sağlanacaktır (Gaziantep Belediyesi, 2017d).

İpek Yolu Kentleri ile Kültür Alışverişi Projesi

Bu projede paydaşlar; Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, World Citizens Organizations- Silk Road Global Alliance, Eurasian Silk Road Universities Consortium, Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA), Türkiye Tarihi Kentler Birliği ve Gaziantep Üniversitesi'dir. Gaziantep şehrinin de içinde olduğu ipek yolu ülkelerinde sosyo-kültürel işbirliklerini yeme-içme konusunu da ekleyerek zenginleştirmek amaçlanmaktadır. İpek yolu güzergâhında ticarete konu olan yiyecek ve içeceklerin tarihi serüvenini ortaya koymak ve bu serüveni yayına dönüştürmek için araştırmalar yapılacak olup, ipek yolu ülkeleri ile daha sonra yapılacak araştırmalar ve işbirlikleri için temel teşkil edecektir. Proje iki aşamalı olarak yürütülecek olup, ilk aşama araştırma ve panel bölümlerinden oluşmaktadır. Proje ortaklarının tarihi araştırmaları destekleyen farklı ölçeklerdeki projeleri kendi ülkelerinde, kendi çalışma alanlarında sürdürürken bir taraftan da elde ettikleri sonuçları birbirleri ile paylaşmalarını sağlayacak bir iletişim merkezi kurulması projenin ilk aşamasını oluşturmaktadır. Panel bölümünde ise proje ortaklarının kendi araştırma çalışmalarını sundukları-tanıttıkları bir panel-sempozyum düzenlenecektir.

Projenin ikinci aşamasında panelden çıkan sonuçlar çerçevesinde araştırmaların hangi alanlarda derinleştirilmesine karar verilerek bu alanlarda araştırmalar yapılacaktır (Gaziantep Belediyesi, 2017d).

Mirası Tescillemek: Otlar

Bu projede paydaşlar; Gaziantep Üniversitesi, Büyükşehir Belediyesi, UNESCO Creative Cities Network (UCCN) Şehir Kenti ve İl Tarım Müdürlüğü'dür. Yerel nüfus tarafından mirasın belirlenmesi bu projenin başarısında çok önemlidir. Yabani yeşilliklerin bölgedeki kullanımı için bir ağ oluşturulması bu projenin ana hattıdır. Bir eylem planının oluşturulması ve ilgili saha çalışması organizasyonu kurulması gerekmektedir. Gelecek nesillere bir kültür mirası iletilmesine ek olarak, bu proje sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunmaktadır (Gaziantep Belediyesi, 2017d).

Uluslararası Gastronomi Festivali

Bu projede paydaşlar; Valilik, Ticaret ve Sanayi Odaları, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Üniversiteler, Uluslararası Yemek Organizasyonları ve Davetli kentlerdir. Proje geliştirmekte olan ülkelerin yoğunlaştığı farklı bölgeleri ayrı ayrı ele alan ve bu bölgelerdeki yeme-içme profesyonellerini bir araya getiren bir seri panel-çalıştay içermektedir. Ortadoğu, Orta Asya, Balkanlar, Latin Amerika, Kuzey Afrika gibi geliştirmekte olan ülkelerin yoğunlaştığı bölgelerin geleneksel ve yöresel yeme-içme kültürlerinin, değişen yaşam şartlarından nasıl etkilendiği, olumsuz etkilerin giderilmesi için neler yapılabileceği, bu amaçla yürütülen iyi deneyimlerin paylaşımı gibi konular panel ve çalıştay ile irdelenecektir. Her bir panelin sonuçları ve çıkan öneriler yayınlaştırılırken, panel serilerinin en sonunda (Beşinci yılda) bütün önerileri birleştiren bir manifesto ortaya konulacaktır. Bu son etkinlikte ayrıca geleneksel ve yöresel yemeklerde özgünlüğün korunması için alınacak önlemler ile ilgili bir rehber de hazırlanacaktır. Dünyanın farklı yerlerinde geliştirmekte olan bölgelerde yöresel yeme-içme profesyonellerinin karşılaştıkları sorunların ortaya konulması, çözüm yollarının belirlenmesinde ortaklıklar geliştirilmesi, sağlıklı ve yavaş beslenmenin desteklenmesi, yeme-içme kaynaklarının elde edilmesinde iyi

tarım uygulamalarının korunması ve yaygınlaştırılması için bilinç oluşturulması amaçlanmaktadır. Ağ içerisinde yer alan ve yer almayan kentlerin yöresel yeme-içme kültürlerini koruma konusunda işbirliklerine girmeleri için temel teşkil edecek farkındalığı yaratacağı için ve farklı kentlerin bir araya gelip birbirlerini tanımalarını sağlayacağı için bu kentlerin ortak sorunları karşısında ortak çözümler geliştirebilme yeteneklerini artıracaktır (Gaziantep Belediyesi, 2017d).

4.1. GAZİANTEP’TE GASTRONOMİ ALANINDA DÜZENLENEN ETKİNLİKLER VE ÇALIŞMALAR

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına dâhil olunduktan sonra yapılan çalışmalardan bazıları şunlardır (Gaziantep Belediyesi, 2017c; Gaziantep Belediyesi, 2017d):

Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep Üniversitesi Toplumsal Duyarlılık Projeleri Merkezi (TDP) ve Gastro Magazin ekibinin ortak çalışması ile gastronomi alanında “Yaratıcı Şehir Gaziantep” konulu söyleşi programı düzenlenmiş olup, Gaziantep’te mutfak kültürünün tarihsel süreci ve zenginliği değerlendirilmiştir.

Gaziantep Büyükşehir Belediyesi ile Gaziantep Gastronomi ve Turizm Derneği (GASTURDER) işbirliğiyle "Dünya Gastronomi Kenti Gaziantep Çalıştayı" düzenlenmiştir. Yaratıcı Şehirler Ağı başvurusunda taahhüt edilen projeler hakkında yol haritası belirlenerek, bu doğrultuda çalışmalar yapılması planlanmaktadır.

Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ile Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanlığı arasında imzalanan protokol ile fıstığın anavatanı olan Gaziantep’e “Fıstık Parkı” yapılmıştır. Bu proje ile birlikte Gaziantep’e yeni bir simge kazandırılması amaçlanmaktadır. Park içerisinde, fıstık müzesi, turist enformasyon merkezi ve birçok farklı faaliyet alanı yer alacaktır. Gerek parkın ismi, gerekse kapsamı ve konsepti ilin “Gastronomi Destinasyonu” imajı ile uyumludur.

Gaziantep’in gastronomi dalında Yaratıcı Şehirler Ağına girmesinin ardından yöresel ürünlerin yetiştigi ilçelerdeki tarımsal ürünlere ilişkin verimin artırılması için harekete geçen Büyükşehir Belediyesi Tarımsal Hizmetler Daire Başkanlığı,

“Topraktan Sofraya” adlı projeye çiftçilere destek vermektedir. Projenin hazırlanma amacı nohut, Antep fıstığı, mercimek, dolmalık kırmızıbiber ve diğer ürünlerin üretiminde verimi artırmaktır. Dolmalık biberin merkezi olan Oğuzeli ilçesinde çiftçilikle uğraşan kişilere dolmalık biber ve domates fidesi dağıtımı yapılmıştır. Gaziantep’e özgü bir biber türü olan “Barak Biberi” üretiminin artırılması ve tescillenmesi amacıyla çalışmalar yürütülmektedir. Yavuzeli ilçesinde yaşayan koyun besicilerine ise, Antep peyniri yapımını desteklemek adına “Koyun Sütü Yemi” dağıtımı gerçekleştirilmiştir. Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, “Küçükbaş Hayvancılığı Geliştirme” projesi kapsamında çiftçilere keçi dağıtımı yapılmıştır. 4 bin çiftçiye 2 bin ton gübre, sertifikalı arpa ve buğday tohumu dağıtımı da yapılmıştır. Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, “Hijyen, Süt ve Mutlu Kadın Projesi” kapsamında 200 kadın çiftçiye süt sağım makinesi dağıtımı gerçekleştirilmiş olup, arı üreticilerine de 6 bin arı kovanı dağıtımı yapılmıştır.

Acarobası köyü Saliha-Cemil Cahit Güzelbey Ortaokulunda Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) Bilim Fuarı kapsamında bilimin ve bilimsel çalışmaların benimsenmesinin teşvik edilmesi ve civar köylerden katılımı sağlamak adına yemek yarışması düzenlenmiştir. Taze yaprak sarması ve cacık menüsü ile düzenlenen yarışmaya 7 farklı köyden yarışmacılar katılmıştır.

Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, Gaziantep Ticaret Borsası (GTB) ve Gaziantep Üniversitesi işbirliğinde “Bulgur Festivali” düzenlenmiştir. Bulgurun kullanıldığı 101 çeşit yemek sergilenmiş olup, panellerde bulgurun sağlık açısından öneminden ve tarihsel sürecinden bahsedilmiştir. “Bulgurun yükselen bir değer olarak dünyada pazarlanması” konulu panelin ardından Gaziantep Gastronomi ve Turizm Derneği’nin düzenlediği “Ninelerden torunlara 1001 kültürü ile Gaziantep gastronomi masalları” adlı yemek yarışması düzenlenmiştir.

Gaziantep Büyükşehir Belediyesi ve Gaziantep Ticaret Borsası (GTB) Et Borsası yapımı için protokol imzalamıştır. Türkiye’nin en büyük kesimhanesinin Gaziantep’te bulunmasının yanı sıra bu projeye Türkiye’nin en büyük et borsası da Gaziantep’te olacaktır.

Gaziantep Büyükşehir Belediyesi ile Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) işbirliğiyle TÜRSAB 6. Bölge Yürütme Kurulu (BYK) Başkanları

toplantısı, 38 bölge başkanının katılımıyla Gaziantep'te yapılmıştır. Türkiye ve Gaziantep turizminin gelişebilmesi için yapılması gerekenlerin ele alındığı toplantının sonunda ise “Şimdi Gaziantep’e gitme zamanı” sloganıyla kampanya başlatılmıştır.

Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Mutfak Sanatları Merkezi’nde yemekli toplantı düzenlenerek Ankara, Kütahya ve Eskişehir illerindeki turizm ve seyahat acente temsilcilerine “Şimdi Gaziantep Zamanı” sloganıyla başlatılan kampanya hakkında bilgilendirme yapılmıştır. Toplantıda Gaziantep’in sahip olduğu arkeoloji ve gastronomi değerlerinden bahsedilerek hedeflere ulaşmada destek istenmiştir.

Gaziantep’i turizm alanında dünya kenti yapmak amacıyla hazırlanan “Şimdi Gaziantep Zamanı” projesiyle, farklı sektörlerden gruplara, esnaflardan öğrencilere kadar birçok kesime Gaziantep’in tarihi, turistik alanları, kültürel mirasları ve gastronomisi konularında farkındalık yaratmak amacıyla geziler düzenlenmektedir.

Gaziantep bu yıl 24’üncüsü düzenlenen ve Rusya’nın en büyük turizm fuarlarından olan Uluslararası Moskova Seyahat ve Turizm Fuarı’na (MITT) katılarak Gaziantep mutfağını tanıtmıştır.

Gaziantep Almanya’nın Berlin kentinde düzenlenen ITB Berlin Uluslararası Turizm Fuarı’na katılarak Gaziantep mutfağını tanıtmıştır. 184 ülkeden 10 binden fazla şirketin katıldığı, Türkiye Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın organizasyonunda 3 bin 79 metre karelik alanda, 133 katılımcı firmanın iştirak ettiği fuarda, Gaziantep standında kentin kültür ve turizm değerlerinin, tarihinin ve unutulmaz lezzetlerinin tanıtımı yapılmıştır.

Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Zabıta Daire Başkanlığı bünyesinde oluşturulan “Turizm Zabıta Ekibi” kente gelen turistlere yardımcı olabilmek için göreve başlamıştır. Turistlere iletişim, gastronomi, halkla ilişkiler, kent tarihi, turizm ekonomisi, genel mesleki etik, turist rehberliği, rekreasyon gibi konularda bilgilendirmeler yapan “Turizm Zabıtası” turistik alanlarda görev yapmaktadır.

Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, dünyanın en önemli turizm fuarlarından biri olan 21. Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı’na (EMITT) katılarak Gaziantep turizmi hakkında bilgilendirme yapmıştır.

Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanlığı'nın girişimleriyle "Coğrafi Tescil Belgesi" alınmak üzere başvurusu yapılan Gaziantep mutfağının vazgeçilmez yemeklerinden "Antep Beyranı" ve "Antep Yuvalaması'nın" coğrafi işaret tescili Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından onaylanmıştır. Öte yandan Gaziantep yöresine ait şiveydiz, menengiç kahvesi, ale nazık, lahmacun ve simit kebabının da coğrafi işaretlerinin alınmasına yönelik projeler hazırlanmaktadır.

Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, İspanya'nın başkenti Madrid'te düzenlenen 2017 Uluslararası Turizm Fuarı'na (FITUR) katılmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın fuarda açtığı Türkiye standında Gaziantep mutfağı da tanıtılmıştır.

2. Uluslararası Gastronomi Turizmi Kongresi, 10. Travel Turkey İzmir 2016 Fuarı ile eş zamanlı olarak, İzmir Büyükşehir Belediyesi ev sahipliğinde Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) ve İzmir Fuarcılık Hizmetleri Kültür ve Sanat İşleri Anonim Şirketi (İZFAŞ), İzmir Ekonomi Üniversitesi işbirliğinde ve Réseau Délice Dünya Gurme Şehirler Birliği ile İzmir Aşçılar Derneği'nin katkılarıyla hazırlanan kongrede Gaziantep Büyükşehir Belediyesi destinasyon sponsoru olarak katılmıştır.

Dünyanın 19 farklı ülkesinden 21 şehirle kardeş şehir protokolü bulunan Gaziantep Büyükşehir Belediyesi bu şehirlerle sosyal, turizm ve ticari konularda deneyimlerini paylaşarak birçok başarılı projeye imza atmaktadır. Bu deneyimler kapsamında Ukrayna'nın Kharkiv şehri ile kardeş şehir ilişkilerini yürüten Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, Kharkiv şehrinde düzenlenen "Uluslararası Kardeş Şehirler ve Yerel Yönetimler Turizm Forumu'na onur konuğu olarak davet edilmiştir.

Buğday, arpa ve yulaf gibi tahılların içindeki glutene hassasiyetleri nedeniyle her şeyi yiyemeyen çölyak hastaları için Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Sanat ve Meslek Eğitim Kursları (GASMEK) kapsamında Glutensiz Mutfak Kursu düzenlenmiştir. Kursu katılan kursiyerler, öncelikle çölyak hastalığı ve glutensiz mutfak hakkında bilgilendirildikten sonra çölyak hastaları için tatlısından tuzlusuna pek çok lezzeti glutensiz yapmayı öğrenmişlerdir.

Büyükşehir Belediyesi ve Gaziantep Valiliği işbirliğiyle Sosyal Destek Programı kapsamında hayata geçirilen "Üreten Eller Projesi" çerçevesinde tüm

engelli gruplar dâhil olmak üzere kursiyerlere 8 ay süren unlu mamulleri eğitimi verilmiştir. Kursu başarıyla tamamlayan engelli bireylere Milli Eğitim Bakanlığı’ndan onaylı sertifika verilmiş olup, başarılı olan ve çalışmak isteyen engelli kursiyerler ise proje sonunda kurulan “Üreten Eller Pastanesi”nde çölyak hastaları için glutensiz ürünler üretmeye başlayacaktır. Pastanede çölyak hastalarına özel sandviç ekmek, kurabiye, tatlı ve pasta çeşitleri gibi ürünler de yapılacaktır.

Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, çölyak hastaları için “aşure günü” düzenlemiştir. Mehmet Reşit Göğüş Mutfak Sanatları Eğitim Merkezi’nde çölyak hastalarının da katılımıyla glutensiz beslenmeye uyularak aşure yapılmıştır.

Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı’nın gastronomi dalında yer alan Güney Kore’nin Jeonju şehrinde düzenlenen Jeonju Forumu’na ve UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Forumu’na katılmıştır.

“İstanbul Gaziantep Lezzetleriyle Buluşuyor” etkinliğinde Gaziantep Mutfağı, Shangri-La Bosphorus, İstanbul’un ödüllü Executive Şefi Olivier Pistre’nin Fransız dokunuşları ve Gaziantep’in deneyimli şefleri M. Ragıp Güzelbey ve Doğa Çiftçi’nin hazırladığı özel menü ile Gaziantep Yemek Festivali düzenlenerek Gaziantep Mutfağı tanıtılmıştır. Böylece festivalde Gaziantep Mutfağı füzyon mutfak sunumları ile de tanıtılmıştır.

Gaziantep Büyükşehir Belediyesi ve Gaziantep Gastronomi ve Turizm Derneği (GASTURDER) işbirliğiyle 21 Eylül Dünya Barış Günü dolayısıyla düzenlenen etkinlik kapsamında dünyanın farklı kentlerinden getirilen malzemelerle 3 ton 192 kilogram aşure pişirilerek Guinness Rekorlar Kitabı’na girilmiştir. Gaziantep şehrinin gastronomi alanında dünya çapında ses getirecek çabalara öncelik verdiği söz konusu etkinlikle açıkça anlaşılmaktadır.

Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, Gaziantep Üniversitesi (GAÜN) Toplumsal Duyarlılık Projesi işbirliği ile “Geleneksel Genç Şefler Yemek Yarışması Etkinliği” yapılmıştır. Gaziantep Üniversitesi anfi tiyatrodaki yapılan geleneksel yemek yarışması, Türkiye’nin dört bir yanından alanında uzman genç şefler, üniversitelerin turizm, otelcilik ve aşçılık bölümlerinden öğrencilerin yanı sıra vatandaşların da katılımı ile gerçekleştirilmiştir.

Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, Kanada'nın Toronto şehrinde onuncusu düzenlenen Terroir Sempozyumu'na katılmıştır. Dünya çapında aşçılar ve gastronomi yazarlarının katılarak sunumlar yaptığı, yeni mutfaklar ve lezzetlerin keşfedildiği ve paylaşıldığı, gastronomi alanında dünyanın en önemli etkinliklerden birisi olan sempozyumda, Gaziantep mutfağı ana odak mutfaklardan bir tanesi olmuştur.

Gaziantep Büyükşehir Belediyesi'nin organizasyonu ile İngiltere'de alanlarında uzman yemek ve seyahat yazarı 6 gazeteci, gastronomi dalında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı üyeliğine hak kazanarak adını dünyaya duyuran Gaziantep'in yemeklerini yerinde görmek için 5 günlük gezi kapsamında Gaziantep'e gelmişlerdir. Bu durum Gaziantep'in uluslararası tanıtım çabasını entelektüel boyuta taşıdığının bir göstergesidir.

Gaziantep Büyükşehir Belediyesi ev sahipliğinde Göç Kültür ve Gastronomi Zirvesi yapılmıştır.

Sicilya'nın önde gelen yemek okullarından Anna Tasca Lanza Cooking School 2016 yılı 10 haftalık Cook the Farm kursunun son haftası Türk Mutfağı'na ayrılmıştır. Hafta boyunca Gaziantep mutfağı, kurulumlarından baklavasına kadar pek çok yönü ile tanıtılmıştır.

6 Nisan 2017 tarihinde Mutfak Sanatları Merkezi açılmış olup, hem restoran hem de eğitim merkezi olarak faaliyet göstermektedir.

Gaziantep'in gastronomi alanındaki etkinlik ve çalışmalarına baktığımızda, hem yurt içinde hem de yurt dışında tanıtım konusuna çok önem verildiği görülmektedir. Tanıtım amacıyla pek çok etkinlikte bulunulmakta ve ülkemizi başarılı bir şekilde temsil etmektedirler. Ayrıca yol haritasını belirlemek amacıyla panel, çalıştay veya sempozyumların düzenlenmesi ve Gaziantep'te yaşayan bütün insanların bu sürece dâhil edilerek (ortak akıl/ortak çaba ilkesi ile) çalışılması sonunda başarıya ulaşılan bir sürecin yaşanmasında en önemli etkenlerdendir.

4.2. GASTRONOMİ ALANINDA REHBER KRİTERLERİN GAZİANTEP MUTFAĞI AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Gaziantep'in Dünya Gastronomi Kenti olarak seçilmesinde etkili olan faktörler rehber kriterler üzerinden değerlendirilmiştir. Değerlendirmede Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Mutfak İşleri Daire Başkanlığı ve Mutfak Sanatları Eğitim Merkezi personellerinin görüşlerine yer verilmiş olup, ayrıca büyükşehir belediyesine ait internet kaynakları da kullanılmıştır.

- **Kent merkezi ve/veya bölgenin karakteristiği olan iyi gelişmiş gastronomi**

“Yerel halkın günlük hayatında tükettiği yöreye özgü yiyecekler gastronomi açısından oldukça önemlidir. Ancak sadece yöreye özgü olması yeterli değildir. Yöresel ürünler günlük hayatta tüketilmediği sürece gereken önemi kazanamaz. Gaziantep ilinde iyi gelişmiş bir gastronominin bulunmasının sebebi, yerel yiyecekler oldukça yaygın tüketilmektedir. Özgün yiyeceklerin halen tüketilmesi Gaziantep'in gastronomi kenti olmasını olumlu etkilemiştir. Örneğin; Gaziantep'te sabahları katmer yenmektedir. Soğuk kış aylarında sabahleyin beyran çorbası içilmektedir. Gaziantep kendi kültürünü ve kendi yiyeceklerini benimsemiş bir şehirdir” (Türkan Açık, kişisel görüşme, 22 Şubat 2017).

“Baharat, sebze, meyve her şey Gaziantep Mutfağı'nda çok zengindir. Savaş zamanında bile Antepliler açlıkla mücadele etmişler, kayısı çekirdeği ve fıstığı un yaparak kullanmışlardır” (Asiye Yıldırım, kişisel görüşme, 22 Şubat 2017).

- **Çok sayıda geleneksel restoran ve/veya şefi bünyesinde barındıran canlı bir gastronomi topluluğunun bulunması**

UNESCO başvuru sürecinin temellerinden olan Mutfak Sanatları Eğitim Merkezi (MUSEM), Gaziantep Büyükşehir Belediyesi tarafından 2013 yılının Nisan ayında kurulmuştur. Burada yöresel Gaziantep mutfağı eğitimleri verilmektedir. Mutfak Sanatları Eğitim Merkezi eğitimci ve idari kadro ile toplamda 12 kişi ile hizmet vermektedir. Şimdiye kadar 300 kişi eğitimleri sonucunda sertifika almaya

hak kazanmıştır. Kurslar ücretli olup, hafta içi sabah ve akşam programları ile hafta sonu programları bulunmaktadır. Kurs süresi 90 gündür. Kursu başarı ile bitiren kursiyerlere Halk Eğitim Merkezi ve Milli Eğitim Müdürlüğü onaylı sertifika verilmektedir. Gaziantep mutfağını bildiklerine dair bir belgeye sahip olmak, yerel halk ve mutfak şefleri için oldukça önemli bir konudur. Ayrıca Gaziantep'te Gastronomi ve Mutfak Sanatları ile Beslenme ve Diyetetik bölümlerinde okuyan üniversite öğrencileri de sertifika almak amacıyla kurslara kayıt yaptırmaktadır. Ayrıca Gaziantep mutfağını öğretmek amacıyla farklı kategorilerde workshop ve hobi kursları düzenlenmektedir. Bu anlamda hem şefler, hem yerel halk, hem de öğrenciler kurslardan yararlanarak Gaziantep mutfağını öğrenmektedir (Türkan Açık, kişisel görüşme, 22 Şubat 2017; Mutfak Sanatları Eğitim Merkezi [MUSEM], 2017).

Mutfak kültürünü ayakta tutabilmek için Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Sanat ve Meslek Eğitim Kursları (GASMEK) belediye çatısı altında ücretsiz eğitim veren kurslar da bulunmaktadır. Gaziantep'te ilçelerle birlikte toplam 25 GASMEK eğitim merkezi bulunmaktadır. 20'ye yakın yiyecek içecek hizmetleri ile ilgili kurslar bulunmakta olup, hem Türk Mutfağı hem de Dünya Mutfaklarına yönelik kurslar bulunmaktadır. Mutfak Sanatları Eğitim Merkezi (MUSEM) ve Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Sanat ve Meslek Eğitim Kursları (GASMEK) ile toplum genelinde profesyonel olmayan kişilerinde şeflik eğitimi alması mümkündür (Türkan Açık, kişisel görüşme, 22 Şubat 2017; Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Sanat ve Meslek Eğitim Kursları [GASMEK], 2017).

Şeflerin örgütlendiği ana yapı ise Türkiye Şefler Federasyonu Gaziantep şubesidir. Gaziantep Gastronomi ve Aşçılar Derneği (GASDER) şeflerin sosyal hakları ve mesleki bilgilerinin desteklenmesi konusunda çalışan kurumlardandır. Profesyonel çalışan şefler aynı zamanda MUSEM ve Gaziantep Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü içinde farklı kurslar ile bilimsel ve uygulama bilgilerini geliştirmektedirler. Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Emine Göğüş Mutfak Müzesi ve Antepfıstığı Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü ise bir taraftan Gaziantep gastronomi kültürünün temel öğelerinin araştırılması, diğer taraftan yaşatılması için faaliyetler yürütmektedir (Gaziantep Belediyesi, 2017d).

“Gaziantep yemekleri çok meşakkatli olduğu için her zaman Antep yemeklerini sunan restoranlar yoktu. UNESCO süreci ile birlikte hedefimiz tüm restoranlara Antep yemeklerini dâhil etmektir” (Asiye Yıldırım, kişisel görüşme, 22 Şubat 2017).

“Gaziantep’te mekân isimleri yemekleri çağrıştırır. Örneğin Metanet Lokantası Beyran’ı çağrıştırır. UNESCO’dan sonra merak arttı ve restoranlar şehir dışında tanınmaya başladı” (Asiye Yıldırım, kişisel görüşme, 22 Şubat 2017).

Gaziantep Gastronomi ve Turizm Derneği (GASTURDER) ve Gaziantep Büyükşehir Belediyesi işbirliğinde Mutfak Sanatları Eğitim Merkezi’nde “Sürdürülebilir Profesyonel Gastronomi Eğitimi” programları başlatılmış olup, Gaziantep Mutfağı’nın uluslararası standartlara ulaştırılması ve altyapısının güçlendirilmesi hedeflenmektedir. Programa öncelikle yiyecek içecek sektöründe çalışan personeller dâhil edilmiş olup, ilerleyen süreçte kalifiye eleman açığının kapatılması amaçlanmaktadır (Gaziantep Belediyesi, 2017c).

- **Geleneksel mutfakta kullanılan iç kaynaklı malzeme**

“Gaziantep mutfağında oldukça fazla araç gereç ve yöreye özgü malzeme bulunmaktadır. Sunum ve pişirme araçları genellikle bakırdan yapılmıştır. Örneğin, beyran çorbası bakır sahanda servis edilmek zorundadır. Çünkü ocaktan kerpetenle tutulup kaynar bir şekilde servis yapılmaktadır. Gaziantep mutfak kültürüne ait araç gereçler Emine Göğüş Mutfak Müzesi’nde sergilenmektedir. Ayrıca Gaziantep’te yemeklerde kullanılan malzemeler (baharat, kurutmalık, yağlar ve salçalar vb.) genellikle evlerde üretilmektedir” (Türkan Açık, kişisel görüşme, 22 Şubat 2017).

“İç kaynaklı malzemeler, baharat, salça, kurutmalık ve yağlardır. Gaziantep’liler baharat ve salçalarını kendileri evde hazırlar. Antep insanı güneşi kullanmayı iyi bilir” (Asiye Yıldırım, kişisel görüşme, 22 Şubat 2017).

- **Endüstriyel/teknolojik gelişmeler karşısında ayakta kalabilmiş yerel bilgi, geleneksel mutfak uygulamaları ve metotları**

“Mutfak Sanatları Eğitim Merkezi’nde (MUSEM) Liselerarası Yemek Yarışmaları düzenlenmektedir. Farklı gruplara farklı konularda workshoplar yapılmaktadır” (Asiye Yıldırım, kişisel görüşme, 22 Şubat 2017).

“Mutfak kültürünü ayakta tutabilmek için Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Sanat ve Meslek Eğitim Kursları’nda (GASMEK) yiyecek içecek hizmetleri alanında eğitimler verilmektedir” (Türkan Açık, kişisel görüşme, 22 Şubat 2017).

- **Geleneksel gıda marketleri ve geleneksel gıda endüstrisi**

“Elmacı pazarı geleneksel ürünler satan bir çarşıdır. Kurutulmuş ürünler, salça çeşitleri, şirinklik (ikramlık) ve baharatlar bol miktarda satılmaktadır. Şehir dışından gelen misafirler kesinlikle bakırcılar çarşısı ve elmacı pazarını ziyaret ederek gıda ürünleri ve bakır araç gereçler satın almaktadır. Ayrıca Zeytin Han, zeytinyağından baharat çeşitlerine kadar yöresel ürünler satan bir işletmedir” (Türkan Açık, kişisel görüşme, 22 Şubat 2017).

“Zeytin Hanı, Elmacı pazarı örnekleri verilebilir” (Asiye Yıldırım, kişisel görüşme, 22 Şubat 2017).

- **Gastronomi festivaller, ödüller, yarışmalar ve diğer geniş kapsamlı tanınırlık faaliyetlerine ev sahipliği yapma geleneği**

Nar ve Kültür Festivali

Nar ve Kültür Festivali, eylül ayında Oğuzeli ilçesinde yapılmaktadır. Festival boyunca nardan yapılan ürünler sergilenip tadılmaktadır. Bu ürünler içerisinde, Gaziantep’te bütün yıl boyunca tüketilen nardan yapılmış şuruplar ve nar suları, bir sos çeşidi olan ve genellikle salata için kullanılan nar ekşisi sosları bulunmaktadır (Gaziantep Belediyesi, 2017d).

Uluslararası Antep fıstığı Festivali

2005 yılından itibaren düzenlenen Antepfıstığı Kültür ve Sanat Festivali, Gaziantep Büyükşehir Belediyesi tarafından organize edilmektedir. Farklı ülkelerden

gelen delegasyonların katılımıyla organizasyon gerçekleştirilmektedir. Festivalde fotoğraf sergileri, müzik konserleri gibi etkinlikler düzenlenmektedir. Festival kapsamında baklava yeme yarışması, en iyi geleneksel yemek yarışması ve en iyi Antep fıstığı yarışması şeklinde gastronomi ile ilgili bazı yarışmalarda düzenlenmektedir. Festival beş gün sürmektedir (Gaziantep Belediyesi, 2017d).

Şire Festivali

Üç yıldan beri Gaziantep Şirehan Yemek ve İçecek Festivali otel ve restorana çevrilmiş bir kervansarayın içerisinde düzenlenmektedir. Bu festivalin amacı, tarihi şire üzüm festivali zamanlarını tekrardan yaşamak ve hatırlamaktır. Gaziantep insanı üzümü sadece şarap yapımı için kullanmamakta ayrıca üzümden birçok tatlı ve pekmez üretmektedir. Bu ürün, bütün yöre insanı tarafından kış mevsiminden önce, üzümün bol olduğu zamanlarda yapılır. Şire festivalinin amacı, şire kültürünün tekrar hatırlanmasını sağlamaktır. Son üç günde bağ mahsulü kursu ile başlanılır ve şire yapımının, sunumunun ve yemeklerinin farklı ülkelerden gelmiş olan şefler tarafından yapılmasıyla devam eder. Festival spesifik bir program etrafında şekillenir ve diğer kültürlerden gelen davetlilerin arkeolojik alanları ve müzeleri de gezmelerine vesile olur (Gaziantep Belediyesi, 2017d).

Bulgur Festivali

2016 yılı Mayıs ayında düzenlenmeye başlanmıştır. Bulgur Festivalinde 101 Bulgur Yemeği Sergisi ve şef Yunus Emre Akkor'un, Bulgur Yemekleri sunumu da etkinlikler arasındadır. Bulgurun yükselen bir değer olarak dünyada pazarlanması konulu panel düzenlenmiştir. Festival kapsamında ayrıca çeşitli yarışmalar, eğlence programları ve konserler de düzenlenmektedir (Gaziantep Belediyesi, 2017d).

- **Doğaya saygı ve sürdürülebilir yerel ürünlerin teşvik edilmesi, kamuoyunun takdirine çalışmak, eğitim kuruluşlarında beslenmenin teşvik edilmesi, biyoçeşitliliği koruma programlarının aşçılık okulları müfredatına dâhil edilmesi**

“Belediye'nin Tarım Hizmetleri Daire Başkanlığı'nın bu konuda çalışmaları vardır. Antep biberi ve Antep domatesi ile ilgili fidan dağıtımları yapılmaktadır. Yerel ürünlerin sürdürülebilirliği ve çiftçileri desteklemek adına yapılıyor. Yurt içi ve

yurt dışı etkinliklere katılıp Gaziantep Mutfağı tanıtılmaktadır. Hem Gaziantep Mutfağı'nı tanıtmak, bilinirliğini artırmak hem de insanların buraya gelip tanımak istemeleri ve ihtiyaç uyandırmak için tanıtımlar yapılmaktadır. Eğitim kuruluşlarında eğitimler veriliyor. Üniversitede gastronomi bölümünde okuyan öğrenciler Gaziantep Mutfağı'nı öğrenmek amacıyla kurslara kayıt yaptırmaktadır” (Türkan Açık, kişisel görüşme, 22 Şubat 2017).

“Tarım Hizmetleri Daire Başkanlığı teşvik amaçlı ücretsiz tohum, fidan vb. dağıtıyor, çiftçilere destek çıkıyor” (Asiye Yıldırım, kişisel görüşme, 22 Şubat 2017).

4.3. GAZİANTEP ŞEHRİNDE GASTRONOMİ YOLUYLA MARKA OLAN MEKÂNLAR VE UYGULAMALARI

İMAM ÇAĞDAŞ

Gaziantep'in en eski lezzet mekânı İmam Çağdaş'ın tarihi 1887 yılına uzanır. Halep'ten gelen Hacı Hüseyin Efendi (Çağdaş) kentin 34'üncü esnafı olarak Maarif'te açtığı dükkânı, 1898 yılında kentin ilk çarşısı olan Uzun Çarşı'ya taşır. Hacı Hüseyin Efendi'den sonra işi devralan ve müesseseye ismini veren İmam Usta, vefat ettiği 1964 yılına kadar lezzet merkezi olma geleneğini sürdürür. İmam Usta'dan sonra oğlu Talat Çağdaş bayrağı devralıp bugün asırlık aile şirketini oğlu Burhan Çağdaş ile birlikte işletmektedir. İmam Çağdaş'ı 116 yıl ayakta tutan ve onları efsaneleştiren kebab ve tatlı eksenli lezzetlerdir. Baklava, dolama, fıstıklı kurabiye, fıstık ezmesi gibi tatlı çeşitleri kaliteli malzemeler kullanılarak özenle hazırlanmaktadır. İmam Çağdaş Mutfağı'nda klasik kebabların yanı sıra, mevsime özel hazırlanan keme, yenidünya, soğan ve sarımsak kebabları sınırlı zamanlarda da olsa tadılabilmektedir. GAP turlarının gezi programlarında yer alan İmam Çağdaş, hem yerel halkın hem de turistlerin uğrak yeri halindedir (Anonim, 2017b).

METANET LOKANTASI

Gaziantep’te Beyran orbasıyla meşhur olan Metanet Lokantası, hem yerel halkın hem de turistlerin tercih ettiğı mekânlar arasındadır. İşletmede Beyran orbası dışında kebab ve lahmacun çeşitleri de sunulmaktadır. Metanet Lokantası Gaziantep mutfak kültürünü yansıtan bir işletme olup, yemekler otantik bir şekilde servis edilmektedir. Örneğın, lahmacun ve kebabların yanında tüketilen ayran, bardakta sunulmayıp, bakır ayran tası ve ayran kaşığı ile sunulmaktadır. Benzer şekilde Beyran orbasının da bakır tabakta sunumu yapılmaktadır.

TARİHİ KIR KAHVESİ

Kumandan kahvesi olarak da bilinen Kır Kahvesi, adını 1917 yılında inşa edilen Kumandan çeşmesinden alır. Bütün projeleri Gaziantep Büyükşehir Belediyesi tarafından hazırlanan Tarihi Kır Kahvesi, Avrupa Birliğı fonlarından yararlanılarak restore edilmiştir. Kır Kahvesi, yapılan restorasyon ile ziyaretçilerinin dinlenebileceğı bir buluşma noktası özelliğine yeniden kavuşmuştur. Kır Kahvesi kapalı alanda 34 kişı, açık alanda 136 kişı olmak üzere toplam 170 kişilik kapasitesi ile yerli ve yabancı turistlerin dinlenebilecekleri, tarihin mistik gölgesinde sohbet edebilecekleri aynı zamanda yerel kahve kültürünü, yerel içecekleri tatma imkânı bulabilecekleri bir mekândır (Gaziantep Valiliğı, 2016).

EMİNE GÖĞÜŞ MUTFAK MÜZESİ

Gaziantep Kalesi’nin güneyinde bulunan Göğüş Konağı 2007 yılında restorasyonu yapılmış olup 2008 yılında da Mutfak Müzesi olarak teşhir tanzimi yapılmıştır. Gaziantep mutfak kültürünü tanıtmayı amaçlayan Emine Göğüş Mutfak Müzesi’nde özel vitrinlerde sergilenen çeşitli mutfak eşyaları geçmiş dönemlerdeki mutfak kültürü hakkında bilgiler vermektedir. Gaziantep mutfak kültüründe önemli bir yeri olan yuvalama yemeğinin yapılması, kış gecelerinde tandır başında bastık, sucuk, ceviz gibi gıdaların yenilmesi ve içecek kültürünün tanıtılması amacıyla kahve-mırra pişirilmesi-içilmesi konuları, Gaziantep yöresine özgü kıyafetler

eşliğinde mankenlerle canlandırılmaktadır. Müzede Gaziantep yemek malzemelerinden mutfak araç gereçlerine, yöresel yemeklerden içeceklere ve erzakların saklanması kadar mutfak kültürü detaylı bir şekilde anlatılmaktadır. Müzede meyvelerden ve sebzelerden yapılan çeşitli yemeklerin görselleri sergilenmektedir. Emine Göğüş Mutfak Müzesi ülkemizin ilk mutfak müzesi unvanına sahiptir (Gaziantep Valiliği, 2016).



BÖLÜM SONUCU

Afyonkarahisar’da gastronomi sunumunun geliştirilmesini amaçlayan bu çalışmanın bu bölümünde Gaziantep’in gastronomi sunumu kapsamında yapmış olduğu uygulamalar incelenmiştir. Bu bölümde yapılan incelemelerden hareketle, gastronomi alanında başarılı bir örnek rehberliğinde yol haritası belirlemek suretiyle Afyonkarahisar ilinin gastronomi sunumunun daha sağlıklı gelişme göstermesini amaçlayan bu çalışmada, Gaziantep’in iyi bir örnek olduğu görüşü oluşmuştur.

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı ve Gaziantep’in bu ağa dâhil olma süreci ve Gaziantep gastronomisinin anlatıldığı ikinci bölümü özetlemek gerekirse; Gaziantep gastronomi alanında başarısını tescillemiş ve gastronomi alanında 18 şehirden biri olmayı başarmıştır. Gaziantep gastronomisinin başarısında yöre insanın etkisi oldukça fazladır. Çünkü yöre insanının mutfak geleneklerini sürdürme konusunda bilinçli oldukları görülmektedir. Bu yüzden Gaziantep’te mutfak kültürüne ait eski yöntemler ve gelenekler bilinmekte ve uygulanmakta, gelecek nesillere aktarmaya çalışılmaktadır. Gaziantep gastronomisi ile ilgili etkinlikler ve çalışmalar incelendiğinde, tanıtım konusuna önem verildiği dikkat çekmektedir. Gaziantep mutfak kültürünü tanıtmak amacıyla her türlü etkinlikler düzenlenmekte, ulusal ve uluslararası etkinliklere katılım sağlanmakta ve konuyla ilgili projeler geliştirmek amacıyla çalıştay, panel veya sempozyum düzenlenmektedir. Bu doğrultuda Gaziantep gastronomi uygulamalarının başarılı ve örnek alınacak nitelikte olduğu görülmektedir.

Bu bölümde Gaziantep gastronomisi ve uygulamaları kapsamlı bir şekilde ele alınmaya çalışılmıştır. Gaziantep şehrinin gastronomi zenginlikleri ve gastronomi değerleri Afyonkarahisar ile kıyaslanarak bir sonraki bölümde sunulacaktır. Çalışmanın sonraki bölümünde Afyonkarahisar mutfak kültürü hakkında bilgi verilecektir. Akabinde turizm paydaşlarının görüşlerine yer verildikten sonra, Gaziantep ve Afyonkarahisar illerinin kıyaslama verileri ile araştırma sonuç ve önerilerine yer verilecektir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AFYONKARAHİSAR’IN MUTFAK KÜLTÜRÜ VE GASTRONOMİ SUNUMUNUN GELİŞTİRİLMESİ

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın amacı ve önemi açıklanıp araştırma alanı hakkında genel bilgiler verilmiştir. Akabinde Afyonkarahisar mutfak kültürü ve gastronomi değerleri incelenmiştir. Araştırmanın yöntemi açıklandıktan sonra bulgular ve değerlendirme bölümünde Afyonkarahisar’daki turizm paydaşları ile gerçekleştirilen görüşmeler sonucu elde edilen bulgular ve verilerin analizi sunulmaktadır. Ayrıca gözlem, doküman incelemesi ve Gaziantep ile yapılan kıyaslamadan elde edilen bulgular da bu bölümde sunulmuştur. Bölümün sonunda ise konu ile alakalı öneriler yer almaktadır.

1. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ VE AMACI

Turizm sektörünün büyümesini sağlamak, çeşitliliğini arttırmak, zamansal ve mekânsal yoğunlaşmanın önüne geçebilmek, kaliteli turist olarak adlandırılan gelir düzeyi yüksek kitleyi destinasyona çekebilmek ve rekabet üstünlüğü elde edebilmek için ülkeler gastronominin çekiciliğinden yararlanmaktadır (Durlu Özkaya ve Can, 2012: 30). Söz gelimi, kimi ülkeler gastronomi kapsamındaki değerlerini temel çekicilik faktörü olarak görmekte, dolayısıyla turizmden elde ettikleri gelirler arasında gastronomi turizmi önemli bir yer teşkil etmektedir. Kimi ülkeler ise temel çekiciliklerinin yanı sıra gastronomiyi alternatif bir turizm çeşidi olarak değerlendirerek temel çekiciliği gastronomi ile desteklemektedirler. Hangi amaçla olursa olsun, yöreye özgü olan ve taklit edilmesi mümkün olmayan gastronomiye ait değerler, ziyaretçilerin yeni ve farklı yerleri, farklı kültürleri tanınması ve deneyim edinmesi için en iyi yollardan biridir. Bu nedenle gastronomiye ilişkin potansiyeli yüksek olan destinasyonların, gastronomi kültürünü ön plana çıkarmaları ve gastronomi destinasyonu imajını geliştirmeleri gereklidir.

Gastronomi alanında yayınlanan çalışma sayısı sürekli artmasına rağmen, çok azı destinasyon temelli kıyaslamalar ve başarılı uygulamalardan öğrenilen dersler üzerine odaklanmaktadır. İyi performans gösteren destinasyonları incelemek ve bu destinasyonların uygulamalarını değerlendirmek, geliştirmekte olan destinasyonlar için çok önemlidir. Nitekim gastronomi destinasyonu olarak Afyonkarahisar'ın gastronomi şehri Gaziantep ile kıyaslanması, Afyonkarahisar için önemli çıkarımlara ulaşılmasını sağlayacaktır. Ayrıca Afyonkarahisar'ın gastronomi turizmi potansiyelini ortaya koymanın, sürdürülebilirlik ve diğer yörelerle yaşanan rekabette avantaj sağlamak üzere önemli bir kaynak oluşturacağı düşünülmektedir. Bu nedenle bu çalışma, sonraki çalışmalar için bir kaynak ve ön araştırma olması açısından da önemlidir.

Afyonkarahisar'da mutfak kültürüne ve gastronomi sunumuna yönelik yeterince bilimsel çalışmanın bulunmaması ve Afyonkarahisar'ın gastronomi anlamındaki zenginliğinin turizm ürünü olarak yeterince sunulamaması nedeniyle, bu çalışmanın yapılmasına gerek duyulmuştur. Konunun seçilme gerekçeleri ise aşağıda sıralanmıştır:

- Afyonkarahisar'da gastronomi turizmine yönelik yeterince bilimsel çalışmaya rastlanılamamıştır.
- Afyonkarahisar'ın gastronomi anlamında zenginliği yeterince sunulamamaktadır.
- Afyonkarahisar'ın temel çekiciliği termal turizmdir. Temel çekiciliğin alternatif turizm türleri ile desteklenmesi gerekmektedir.
- Termal turizm yılın 12 ayı devam etmektedir. Gastronomi turizmi de yılın 12 ayı sürmesi nedeniyle termal turizm gastronomi turizmi ile desteklenebilir.
- Afyonkarahisar mutfak kültürünün karakteristik özelliklerinin bulunması nedeniyle gastronomi destinasyonu olma potansiyeli vardır.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı turizmi çeşitlendirmeyi ve Anadolu'nun içlerine yaymayı planlamaktadır. Afyonkarahisar Bakanlık desteğiyle yeni projelere kaynak bulabilecek konumdadır. Afyonkarahisar'ın doğal, tarihi ve kültürel potansiyeli alternatif turizm açısından keşfedilmeyi beklemektedir.
- Gaziantep uluslararası kabul görmüş bir gastronomi şehridir.

- Gaziantep gastronomi ile ilgili unsurlarını etkin kullanmakta olup uygulamaları başarılıdır.
- İyi performans sergileyen Gaziantep'in Afyonkarahisar ile kıyaslanarak öneriler geliştirilmesi gereklidir.

Ayrıca Afyonkarahisar'ın araştırma alanı olarak seçilmesinde araştırmacının memleketinin Afyonkarahisar olması, eğitimine burada devam etmesi ve çalışmaya dâhil edilebilecek potansiyel katılımcılarla iletişiminin olması da nedenler arasında yer almaktadır.

Araştırmanın ana sorusu; zengin mutfak kültürüne rağmen Afyonkarahisar'da neden gastronomi sunumu etkin ve yöresel bir şekilde yapılamamaktadır? Şehirlerin kıyaslamasına ilişkin çalışmaların az sayıda olması nedeniyle bu çalışmada, uluslararası düzeyde gastronomi kenti olarak kabul görmüş Gaziantep ve gastronomi sunumunun geliştirilmesi amaçlanan Afyonkarahisar'ın gastronomi değerlerini belirlemek ve gastronomi kenti Gaziantep ile karşılaştırarak Afyonkarahisar'ın gastronomi sunumunu geliştirmek için çözüm önerileri üretmek amaçlanmıştır. Ayrıca turizm sektörünü şekillendiren turizm paydaşlarının görüşleri de alınarak Afyonkarahisar'ın gastronomi sunumu için çözüm önerileri üretmek hedeflenmektedir.

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Afyonkarahisar'da gastronomi sunumunu belirlemek ve geliştirmek adına hazırlanan bu çalışmada, Gaziantep ve Afyonkarahisar gastronomisi kıyaslanmış, Afyonkarahisar'da hizmet veren turizm paydaşlarının görüşleri alınmıştır. Afyonkarahisar'da gastronomi sunumunun geliştirilmesi için yapılacakları belirlemek amacıyla gerçekleştirilen araştırmada nitel araştırma yaklaşımından yararlanılmıştır. Böylece ilgili paydaşlarının görüşlerinin derinlemesine incelenebileceği ve Afyonkarahisar'ın gastronomi değerlerine ilişkin ayrıntılı bilgilere ulaşılabileceği düşünülmektedir.

Nitel araştırma, gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül

bir şekilde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma yöntemi olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 41). Nitel araştırmada herhangi bir şekilde istatistiksel prosedür ya da başka bir sayısal araç olmaksızın bulgular üretilmektedir (Altunışık vd., 2015: 304). Nitel yöntemlerle toplanan veriler üzerinde bazı sayısal analizler yapmak mümkün olsa da, nitel araştırmada temel amaç sayılar yoluyla sonuçlara ulaşmak değildir. Nitel araştırmalarda amaç, araştırılan konu ile ilgili okuyucuya betimsel ve gerçekçi bir resim sunmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 48).

Çalışmada nitel araştırma yönteminin kullanılmasının nedenleri;

- Araştırma konusunun nitel araştırma yöntemine uygun olması,
- Araştırmaya dâhil edilen katılımcıların sınırlı olması,
- Katılımcıların bilgi, görüş ve deneyimlerinin ortaya çıkarılmaya çalışılması ve dolayısıyla nitel araştırma yönteminin bunları ortaya çıkarmada daha çok katkı sağlayacağının düşünülmesidir.

Nitel araştırmada, en yaygın olarak kullanılan üç veri toplama yöntemi vardır. Bunlar; görüşme (odak grup görüşmesi dâhil), gözlem ve yazılı dokümanların incelenmesidir. Nitel araştırmada bu yöntemler ayrı ayrı kullanılabildiği gibi çeşitleme yapılarak aynı araştırmada birlikte de kullanılmaktadır. Çeşitleme (triangulation), farklı veri kaynakları, farklı veri toplama ve analiz yöntemlerinin kullanılmasıyla araştırma sonuçlarının inandırıcılığının arttırılmasına yönelik çabaların tümüdür (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 91). Afyonkarahisar’da gastronomi sunumunu ve gelişimini konu alan bu çalışmada çeşitleme (triangulation) yoluna gidilmiştir.

Araştırmanın temel yaklaşımı, tümevarım yaklaşımıdır. Tümevarım, sınırlı sayıda örneğe (parçalara) bakarak genel hakkında kanaat sahibi olunmasını sağlamaktadır (Altunışık vd., 2015: 23). Nitel araştırmada genellikle doğruluğu ve yanlışlığı tespit edilmek üzere önceden belirlenmiş bir kuram ya da denence (hipotez) yoktur. Nitel araştırmalarda tümevarım ilkesi hâkimdir. Araştırmacı topladığı tanımlayıcı ve ayrıntılı verilerden yola çıkarak incelediği probleme ilişkin ana temaları ortaya çıkarma, topladığı verileri anlamlı bir yapıya kavuşturma, yani bu

verilerden yola çıkarak bir kuram oluşturma çabası içindedir (Glaser ve Strauss, 1967, akt. Yıldırım ve Şimşek, 2016: 47).

Pek çok durumda, olgu ve olayların keşfedilmesinde ve açıklanmasında yararlı olan amaçlı örnekleme yönteminin (Yıldırım ve Şimşek, 2016) seçilmesinin nedeni; konu ile alakalı zengin bilgiye sahip olan bireylere ulaşmak istenilmesidir. Yıldırım ve Şimşek (2016: 118), başlıca amaçlı örnekleme yöntemlerini şu şekilde sıralamaktadır: Aşırı veya aykırı durum örnekleme, maksimum çeşitlilik örnekleme, benzeşik (homojen) örnekleme, tipik durum örnekleme, kritik durum örnekleme, kartopu veya zincir örnekleme, ölçüt örnekleme, doğrulayıcı veya yanlışlayıcı örnekleme ve kolay ulaşılabilir (convenient) durum örneklemesidir. Bu araştırmada, amaçlı örnekleme yöntemlerinden; “Ölçüt Örnekleme” yöntemi kullanılmıştır. Bu örnekleme yönteminde seçilecek birimler belirli şartları taşımakta ve bir dizi ölçütü karşılayan bütün durumlar çalışılmaktadır. Ölçüt veya ölçütler araştırmacı tarafından oluşturulabileceği gibi daha önceden hazırlanmış bir ölçüt listesi de kullanılabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 122). Bu çalışmanın örnekleme oluşturulurken, araştırmacı tarafından oluşturulmuş bazı ölçütler kullanılmıştır. Bu ölçütler şunlardır:

1. Katılımcılar, Afyonkarahisar’da faaliyet gösteren kurum, kuruluş veya işletmelerde çalışan kişiler olmalıdır.
2. İşletmelerde çalışan katılımcılar, turizm işletme belgeli ve yatırım belgeli 5 yıldızlı otellerde, öncelikle genel müdür ve yiyecek içecek müdürü olmalıdır. Görüşme randevusu alınamayan yiyecek içecek müdürleri yerine, aynı otelde çalışan mutfak şefleri çalışma kapsamına dâhil edilmelidir.
3. 4 yıldız ve daha altındaki oteller çalışma kapsamında değerlendirilmemelidir.
4. Gastronomi ve aşçılık bölümlerinde görev yapan eğitimciler çalışma kapsamında değerlendirilmelidir.
5. Afyonkarahisar mutfak kültürüne yönelik bilimsel yayınları olan öğretim üyeleri çalışma kapsamında değerlendirilmelidir.
6. Katılımcılar tarafından tavsiye edilen, uzman olarak değerlendirilen kişiler çalışmaya dâhil edilmelidir. Ayrıca araştırmacı konu hakkında uzman olarak değerlendirdiği kişiyi sebebini belirtmek koşuluyla araştırmaya dâhil edebilir.

Araştırmanın örneklemini belirlemeye yönelik oluşturulan altı adet ölçütün ikincisine göre, 5 yıldızlı otelde çalışan işletme müdürü/genel müdür sayısı 9, yiyecek içecek müdür sayısı 8, toplam 17 kişidir. Toplam on adet 5 yıldızlı otelden dokuzuna ulaşılmış, otelin biri devir sürecinde olduğu için yetkili kişilere ulaşılamamıştır. Ulaşılan dokuz adet otelden sekizi ile görüşme gerçekleştirilmiş, Sandıklı ilçesinde yer alan bir otelle, randevu alınmasına rağmen zaman yetersizliğinden görüşme, araştırmacı tarafından iptal edilmek zorunda kalmıştır. Söz konusu kişilerden genel müdür ve yiyecek içecek müdürlerine ulaşmaya çalışılmış, görüşme randevusu alınamayan yiyecek içecek müdürleri yerine mutfak şefleri ile görüşülmüştür. Nitekim üç otelin yiyecek içecek müdürüne hem e-posta hem de telefon ile ulaşmaya çalışılmasına rağmen ulaşılamamış, otele giderek görüşme talebinde bulunulmuş, sadece bir katılımcı görüşmeyi kabul etmiştir. Görüşme randevusu alınamayan iki yiyecek içecek müdürü yerine, görüşmeyi kabul eden iki mutfak şefi ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Diğer yiyecek içecek müdürlerinden (beş kişi) randevular alınmış ve görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Otellerin genel müdürlerinden e-posta ve telefon aracılığıyla randevu alınmaya çalışılmış, sadece iki genel müdür e-posta yoluyla cevap vererek ilgili birimlere yönlendireceğini söylemiş, dolayısıyla görüşmeyi kabul etmemişlerdir. Katılımcı 10'un altıncı ölçüte bağlı olarak uzman olarak önerdiği genel müdür ile zaman yetersizliğinden dolayı görüşme yapılamamıştır. Diğer genel müdürlerden (altı kişi) ise e-posta ve telefon aracılığıyla cevap alınamadığından randevu da alınamamıştır. Bu durumda hiçbir genel müdür ile görüşme yapılamamış, altı adet yiyecek içecek müdürü ile görüşülmüş ve iki adet mutfak şefi ile görüşme gerçekleştirilmiştir.

Dördüncü ve beşinci ölçüte göre, gastronomi, aşçılık, otel, lokanta ve ikram hizmetleri bölümünde görev yapan veya Afyonkarahisar mutfak kültürü hakkında bilimsel yayınları bulunan eğitimcilerin sayısı 11'dir. Söz konusu kişilerin tümüne e-posta yoluyla görüşme istek mektubu gönderilmiş, üç katılımcı telefon numaralarını e-posta yoluyla göndermiş ve bu kişilere telefon yoluyla ulaşarak randevu alınmıştır. Sekiz kişiden ise cevap alınamamış, bu kişilerin görev aldıkları okullara gidilerek randevu talep edilmiş, üç kişiye ulaşılarak randevu alınmış, ancak diğer beş kişiye ulaşılamamıştır. Bu durumda altı eğitimci ile görüşme gerçekleştirilmiştir.

Altıncı ölçüte göre, katılımcı 2'nin önerdiği Restoran Müdürü'nden görüşme randevusu talep edilmiş ve görüşme gerçekleştirilmiştir. Katılımcı 9'un araştırma konusunda uzman olarak önerdiği Satın Alma Müdürü'nden randevu talep edilmiş ancak randevu alınamamış, Katılımcı 10'un araştırma konusunda uzman olarak önerdiği kişiler ile görüşmek için, katılımcı 10 tarafından araştırmacı adına görüşme randevusu alınmış, araştırmacı tarafından bir kişi ile görüşülmüş, diğer kişi ile zaman yetersizliğinden dolayı görüşme gerçekleştirilememiştir. Katılımcı 20'nin araştırma konusunda uzman olarak önerdiği yardımcısı da araştırmaya dâhil edilmiş ve aynı gün içerisinde görüşme sağlanmıştır. Afyonkarahisar Belediyesi, Afyonkarahisar Ticaret ve Sanayi Odası, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve Kanatoğulları Turizm Seyahat Acentesi'nden Afyonkarahisar'ın turizmi, gastronomisi, etkinlik ve uygulamaları hakkında bilgi almak amacıyla araştırmacı tarafından yedi kişi araştırmaya dâhil edilmiştir. Ayrıca turist profilleri konusunda daha kapsamlı bilgi almak amacıyla, araştırmacı tarafından Turizm Danışma Bürosu Sorumlu Memuru araştırmaya dâhil edilmiştir. Söz konusu kişinin Afyonkarahisar Valiliği tarafından termal otellere gelen misafirlere Afyonkarahisar'ı tanıtmak amacıyla düzenlenen "Afyonkarahisar'ı Keşfet" adlı tur programında mihmandar olarak görev alması araştırmaya dâhil edilmesinde etkili olmuştur. Bu durumda uzman olarak değerlendirilen on bir kişi ile görüşme gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın ve elde edilen verilerin özelliklerine bağlı olarak betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Betimsel analizde amaç, elde edilen bulguları düzenlenmiş ve yorumlanmış bir şekilde okuyucuya sunmaktır. Bu amaçla elde edilen veriler, önce sistematik ve açık bir şekilde betimlenmekte, yapılan bu betimlemeler açıklanmakta ve neden-sonuç ilişkileri irdelenerek birtakım sonuçlara ulaşılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 239-240). Oluşturulan temalar ve alt temalara, araştırmanın bulgular ve değerlendirme kısmında detaylı olarak yer verilmiştir. Bulguların yorumlanması olan son aşamada ise elde edilen bulgular açıklanmış, ilgili araştırma sonuçları ile karşılaştırılarak yorumlanmıştır.

2.1. ARAŞTIRMADA KULLANILAN VERİ TOPLAMA TEKNİKLERİ

Nitel araştırmada çoğunlukla kullanılan veri toplama yöntemleri görüşme, odak grup görüşmesi, gözlem ve doküman incelemesidir (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 86). Araştırmada elde edilen verilerin teyit edilmesinde ve geçerliliklerinin çok boyutlu olarak kanıtlanmasında birden fazla veri toplama yöntemi kullanılmaktadır. Bu araştırmada da veri çeşitlemesi (data triangulation) yoluna gidilmiş ve veriler görüşme, gözlem ve doküman analizi ile toplanmıştır.

2.1.1. Görüşme

Görüşme tekniği, nitel araştırma yaklaşımında en sık kullanılan veri toplama tekniğidir (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 129). Görüşme iki veya daha fazla insan arasında belirli bir amaç doğrultusunda gerçekleştirilen tartışmalardır (Altunışık vd., 2015: 93). Araştırma kapsamında görüşme tekniklerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu görüşme tekniğinde görüşmeci, önceden hazırlanmış görüşme sorularını sorarken akışa göre gerekli değişiklikleri yapma ve ayrıntılı bilgi alma amacıyla ek sorular sorma imkânına sahip olduğundan görüşme formundaki sorulara araştırmacı katı bir şekilde bağlı kalmamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 147).

Görüşme sürecinde kullanılan görüşme formu, araştırmanın literatür taraması sonucunda ortaya çıkan sorulardan ve Yılmaz'ın (2015: 186-187) görüşme formundaki sorularından oluşmaktadır. Görüşme formu dört grup sorudan oluşmaktadır. Birinci gruptaki sorular katılımcılara ilişkin demografik bilgileri elde etmeyi amaçlamakta ve yaş, cinsiyet, eğitim, meslek, toplam çalışma süresi, Afyonkarahisar'daki çalışma süresi gibi hususlardaki sorulardan oluşmaktadır. İkinci gruptaki sorular Afyonkarahisar'ın sahip olduğu değerler ile ilgili, üçüncü gruptaki sorular Afyonkarahisar'a gelen turistlerin profilleri ile ilgili sorulardır. Dördüncü grup ise Afyonkarahisar'ın mevcut gastronomisi ve gastronomi sunumunun geliştirilmesine yönelik yapılacakların tespit edilmesine yönelik sorulardan oluşmaktadır. Görüşme formu örneği Ek 2'de yer almaktadır.

Çalışmanın örnekleme oluşturulurken, araştırmacı tarafından oluşturulmuş ölçütlere uyan kurum, kuruluş veya işletmeleri tespit etmek amacıyla, 13.02.2017-

16.02.2017 tarihinde kurum, kuruluş veya işletmeler aranarak konu ile alakalı kişilerin iletişim bilgileri alınmıştır. Bazı katılımcıların (öğretim üyeleri) ise internet aracılığıyla iletişim bilgilerine ulaşılmıştır. İletişim bilgileri alındıktan sonra, söz konusu kişilere 21.02.2017- 19.03.2017 tarihlerinde e-posta yoluyla görüşme istek mektubu gönderilmiştir. Altıncı ölçüte göre, katılımcılar tarafından önerilen kişilere öncelikle e-posta yoluyla görüşme talebinde bulunulmaya özen gösterilmiş, iletişim bilgileri elde edilemeyen kişilere araştırmacı ve konu ile ilgili uzman öneren katılımcı tarafından telefon yoluyla ulaşılmıştır. Görüşme istek mektubu Ek 1’de sunulmuştur. Söz konusu mektupta, araştırmanın amaç ve öneminden bahsedilmiştir. Görüşme istek mektubunun gönderilmesinden sonra katılımcılardan sadece bir tanesi e-posta aracılığıyla randevu vermiş, beş kişi ise telefon yoluyla randevu vermiştir. Görüşme istek mektubuna cevap vermeyen diğer kişiler, telefon aracılığıyla ulaşarak veya çalıştıkları kurum, kuruluş ya da işletmeye gidilerek ulaşılmış ve ancak bu şekilde randevu alınabilmektedir.

Görüşmeler için belirtilen saatten önce görüşme yerine ulaşılmaya, beşeri faktörlere, ses tonu ve kıyafete özen gösterilmiştir. Görüşme aşamasında ilk olarak araştırmanın konusu kısaca tanıtılarak görüşmeye başlanılmıştır. Görüşmeler sırasında kişilere, yöneltilen sorulara verilecek yanıtların sadece araştırma amacı ile kullanılacağı ve bu bulgular yorumlanırken herhangi bir şekilde kişisel ve şirket bilgilerinin paylaşılmayacağı, her katılımcıya bir kod verilerek görüşmelere yer verileceği ifade edilerek görüşmenin güven içinde gerçekleşmesi sağlanmıştır. Ses kaydı yapabilmek için öncelikle katılımcılardan izin istenmiş, 6 görüşmeye izin verilmemesi nedeni ile ses kaydı yapılamamış, not tutulmuş, 19 görüşmede ise ses kaydı yapılmıştır. Katılımcılardan altısı ses kaydı tutulmasına gerek olmadığını belirtmiş ve böylelikle ses kaydı tutulmasına izin vermemişlerdir. Görüşmeler sürecinde tutulan tüm ses kayıtları, bilgisayara aktarılacak suretiyle yazılı hale getirilmiştir. Sorular belirli bir sıra halinde sorulmuş olup, duruma göre soruların sırasında değişikliğe gidilerek esneklik sağlanmıştır. Araştırma çerçevesinde yapılan görüşmelerin tamamı araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiş ve 02.03.2017- 13.04.2017 tarihleri arasında görüşmeler tamamlanmıştır. Araştırmaya katılmayı kabul eden turizm paydaşları ile görev yaptıkları kurum, kuruluş veya işletmelerde görüşmeler yapılmıştır. Tablo 1’de katılımcılara ilişkin bilgiler yer almaktadır. Tablo

2’de yapılandırılmış görüşmelere ait görüşme takvimi ve katılımcılara verilen kodlar bulunmaktadır. Araştırmanın geri kalan kısmında kodlarla anılacak olan kişilere verilen numaralar, görüşme tarihi baz alınarak verilmiş olup, herhangi başka bir kriter kullanılmamıştır. Katılımcılara ilişkin demografik bilgilere bulgular kısmında yer verilmektedir.

Tablo 1. Görüşülen Kişilere İlişkin Bilgiler

Kurum, Kuruluş veya İşletme	Unvan	Katılımcı Sayısı
NG Afyon Wellness & Convention Hotel	Yiyecek İçecek Müdürü	1
Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi	Öğretim Üyesi	3
Afyon Kocatepe Üniversitesi Meslek Yüksekokulu	Öğretim Üyesi-Öğretim Görevlisi	2
Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Şube Müdürü- Memur/ Mihmandar	2
Etçi Baba Restoran	Restoran Müdürü	1
Budan Thermal Spa Hotel & Convention Center	Yiyecek İçecek Müdürü	1
May Thermal Resort & Spa	Yiyecek İçecek Müdürü	1
Korel Termal Resort Clinic & Spa	Mutfak Şefi	1
İkbal Thermal Hotel & Spa	Yiyecek İçecek Müdürü	1
Sandıklı Ticaret ve Sanayi Odası	Genel Sekreter	1
Afyonkarahisar Ticaret ve Sanayi Odası	Genel Sekreter Yardımcısı, Memur	2
Sandıklı Zübeyde Hanım Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Alan Şefi	1
Akrones Thermal & Spa Convention Sport Hotel	Yiyecek İçecek Müdürü, Yiyecek İçecek Müdür Yardımcısı	2
Afyonkarahisar Belediyesi	Belediye Başkan Yardımcısı Kültür ve Sosyal İşler Müdürü Basın Yayın Birim Sorumlusu	3
Kanatoğulları Turizm Seyahat Acentesi	Seyahat Acente Yetkilisi	1
Oruçoğlu Thermal Resort	Yiyecek İçecek Müdürü	1
Safran Thermal Resort Hotel	Mutfak Şefi	1
Toplam		25

Tablo 2. Görüşmelere İlişkin Bilgiler

Katılımcı	Görüşme Yeri	Görüşme Tarihi	Görüşme Saati	Görüşme Süresi
Katılımcı 1	Afyonkarahisar	02.03.2017	11:00	49.50
Katılımcı 2	Afyonkarahisar	02.03.2017	14:00	30.03
Katılımcı 3	Afyonkarahisar	06.03.2017	14:00	55.10
Katılımcı 4	Afyonkarahisar	06.03.2017	16:30	38.47
Katılımcı 5	Afyonkarahisar	15.03.2017	11:00	27.56
Katılımcı 6	Afyonkarahisar	15.03.2017	15:00	36.10
Katılımcı 7	Afyonkarahisar	17.03.2017	14:00	1.15.36
Katılımcı 8	Afyonkarahisar	20.03.2017	11:00	1.24.49

Katılımcı	Görüşme Yeri	Görüşme Tarihi	Görüşme Saati	Görüşme Süresi
Katılımcı 9	Afyonkarahisar	20.03.2017	13:30	1.00.46
Katılımcı 10	Sandıklı	22.03.2017	10:30	32.26
Katılımcı 11	Sandıklı	22.03.2017	12:00	25.16
Katılımcı 12	Sandıklı	22.03.2017	14:00	47.39
Katılımcı 13	Sandıklı	22.03.2017	16:30	1.18.56
Katılımcı 14	Afyonkarahisar	29.03.2017	10:30	11.24
Katılımcı 15	Afyonkarahisar	29.03.2017	11:00	16.18
Katılımcı 16	Afyonkarahisar	29.03.2017	12:30	16.34
Katılımcı 17	Afyonkarahisar	29.03.2017	13:30	15.02
Katılımcı 18	Afyonkarahisar	29.03.2017	14:00	06.45
Katılımcı 19	Afyonkarahisar	29.03.2017	14:10	20.19
Katılımcı 20	Afyonkarahisar	29.03.2017	15:00	15.04
Katılımcı 21	Afyonkarahisar	29.03.2017	15:30	41.30
Katılımcı 22	Afyonkarahisar	31.03.2017	11:00	33.40
Katılımcı 23	Afyonkarahisar	31.03.2017	15:30	20.15
Katılımcı 24	Afyonkarahisar	03.04.2017	11:00	40.08
Katılımcı 25	Afyonkarahisar	13.04.2017	11:15	24.33

2.1.2. Gözlem

Bilgi (veri) edinmek üzere kendisine bakılan, dinlenen her şey gözlem ünitesi olarak tanımlanmaktadır. Gözlem türleri; gözlemci ile gözlenen arasındaki fiziki yakınlık ve ilişkilere göre gözlemler ve gözlemdeki sürekliliğe göre gözlemler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Gözlemci ile gözlenen arasındaki fiziki yakınlık ve ilişkilere göre gözlemler; dışarıdan gözlem ve katılarak gözlem, sürekliliğe göre gözlemler ise; sürekli gözlem ve aralıklı gözlem olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Karasar, 2014: 159). Bu araştırmada Gaziantep ve Afyonkarahisar illerinin gastronomisi kıyaslanacağından farklı durumlar için çeşitli gözlem türleri kullanılmıştır. Şöyle ki, her iki ilde faaliyet gösteren yiyecek içecek mekânlarında müşteri gibi davranılarak gözlem yapıldığı için “Katılarak Gözlem” türü kullanılmıştır. “Afyonkarahisar’ı Keşfet” adlı tur programında ve yöresel yemek yarışmasında ise belli bir olgu, başından sonuna kadar bütünüyle izlendiği için “Sürekli Gözlem” türü kullanılmıştır. Gözlem türü belirlendikten sonra, hangi durumların gözlemleneceği belirlenmiştir. Yiyecek içecek mekânlarında her şeyi gözlemlemek mümkün olmadığından, bu mekânlarda gözlemlenecek durumlar önceden belirlenmiş ve sınırlandırılmıştır. “Müşteri profili, sunumda kullanılan araç gereçler, yöresel yemekler ve yöresel ürün kullanımı” olarak gruplandırılan bu durumlar doğrultusunda araştırmacı, kendine bir gözlem formu oluşturmuştur.

Sürekli gözlem türü ile yapılan gözlemlerde ise sınırlamaya gidilmemiş, organizasyonlar baştan sona kadar gözlemlenmiştir.

Gaziantep ve Afyonkarahisar’da en çok tercih edilen yiyecek içecek mekânları belirlenmiş, araştırma kapsamında yer alan restoranlara araştırmacı müşteri olarak gitmiş, işletmenin en çok tercih edilen yöresel yiyecek ve içeceklerinden tadımlar yapmış, restoranın ve yiyeceklerin fotoğrafını çekmiştir. Ayrıca araştırmacı Afyonkarahisar’da otellerde konaklayan misafirlere Afyonkarahisar’ı tanıtmaya yönelik düzenlenen “Afyonkarahisar’ı Keşfet” adlı tur etkinliğine izin alarak iki kez farklı tarihlerde katılmış, tur süresince misafirler gözlemlenmiştir. 21.04.2017 tarihinde Afyonkarahisar Belediyesi ve Kent Konseyi işbirliğiyle düzenlenen 7. Ulusal Yemek Yarışması organizasyonunda da hem jüri hem de yarışmacılar gözlemlenmiş, yarışma sunumlarının fotoğrafları araştırmacı tarafından çekilmiştir. Gözlemlere ilişkin bilgiler Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 3. Gözlemlere İlişkin Bilgiler

Mekân/ Etkinlik Kodu	Gözlem Yeri	Gözlem Tarihi	Gözlem Saati
Mekân 1	Gaziantep	20.02.2017	09:00
Mekân 2	Gaziantep	20.02.2017	10:00
Mekân 3	Gaziantep	20.02.2017	13:00
Mekân 4	Gaziantep	20.02.2017	14:00
Mekân 5	Gaziantep	21.02.2017	10:00
Mekân 6	Gaziantep	21.02.2017	12:00
Mekân 7	Gaziantep	22.02.2017	15:00
Mekân 8	Afyonkarahisar	06.03.2017	12:30
Etkinlik 1	Afyonkarahisar	17.03.2017	09:00
Mekân 9	Afyonkarahisar	28.03.2017	12:00
Mekân 10	Afyonkarahisar	31.03.2017	12:30
Mekân 11	Afyonkarahisar	31.03.2017	14:00
Mekân 12	Afyonkarahisar	17.04.2017	12:00
Mekân 13	Afyonkarahisar	17.04.2017	16:00
Etkinlik 2	Afyonkarahisar	21.04.2017	14:00
Etkinlik 3	Afyonkarahisar	29.04.2017	09:00
Mekân 14	Afyonkarahisar	30.04.2017	14:30

2.1.3. Doküman İncelemesi

Afyonkarahisar ve Gaziantep illerinde yerel gastronomiye özgü unsurların yerel yönetimlere ait web sitelerinde ve tanıtım materyallerinde nasıl kullanıldığının ve ne kadar yer tuttuğunun tespit edilmesi amacıyla araştırmacı tarafından 15.03.2017-24.03.2017 tarihleri arasında web siteleri ve tanıtım materyalleri

incelemeye alınmıştır. Bu kapsamda belediye, kaymakamlık, valilik ve il kültür ve turizm müdürlüğüne ait web sitelerine erişim sağlanmıştır. Bu bağlamda Afyonkarahisar, Sandıklı, Şahinbey ve Şehitkâmil Belediyeleri ile Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, Sandıklı, Şehitkâmil ve Şahinbey Kaymakamlığı, Afyonkarahisar ve Gaziantep Valiliği, Afyonkarahisar ve Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'ne ait web siteleri olmak üzere toplam 12 adet web sitesi incelemeye alınmıştır. Web sitelerine ilişkin bilgiler Tablo 4'te yer almaktadır. Web sitelerine ilişkin bulgulara, bulgular ve değerlendirme kısmında yer verilmektedir.

Tablo 4. Web Sitelerine İlişkin Bilgiler

Kurum	Kurum Adı	Web Sitesi
Belediye	Afyonkarahisar Belediyesi	http://www.afyon.bel.tr/
	Sandıklı Belediyesi	http://sandikli.bel.tr/
	Gaziantep Büyükşehir Belediyesi	http://gantep.bel.tr/
	Şehitkamil Belediyesi	http://www.sehitkamil.bel.tr/
	Şahinbey Belediyesi	http://www.sahinbey.bel.tr/
Kaymakamlık	Sandıklı Kaymakamlığı	http://www.sandikli.gov.tr/
	Şehitkamil Kaymakamlığı	http://www.sehitkamil.gov.tr/
	Şahinbey Kaymakamlığı	http://www.sahinbey.gov.tr/
Diğer	Afyonkarahisar Valiliği	http://www.afyonkarahisar.gov.tr/
	Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	http://www.afyonkulturturizm.gov.tr/
	Gaziantep Valiliği	http://www.gaziantep.gov.tr/
	Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	http://www.gaziantepturizm.gov.tr/

Ayrıca Afyonkarahisar ve Gaziantep illerinin Belediye ile İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünden alınan tanıtım materyalleri incelenmiştir. Tanıtım materyallerine ilişkin bilgiler Tablo 5'te yer almaktadır. Tanıtım materyallerine ilişkin bulgulara, bulgular ve değerlendirme kısmında yer verilmektedir.

Tablo 5. Tanıtım Materyallerine İlişkin Bilgiler

Sıra No	Materyal Adı	Dil	Basım Yapan Kuruluş	Basım Yılı
1	Alimoğlu Tarih Müzesi-Çeşmeli Konak	Türkçe	Alimoğlu Kültür Sanat Araştırma Derneği (AKSAM)	-
2	Afyonkarahisar'da Eko turizm	Türkçe	Afyonkarahisar Belediyesi	2015
3	Frig Vadisi	Türkçe/İngilizce	Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2015
4	Termal Turizmin Başkenti Afyonkarahisar	Türkçe	Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	-
5	Capital of Thermal Tourism Afyonkarahisar	İngilizce	Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2017
6	The Land Where Our Republic Was Won Afyonkarahisar	İngilizce	Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2011

Sıra No	Materyal Adı	Dil	Basım Yapan Kuruluş	Basım Yılı
7	Afyonkarahisar	Türkçe/ İngilizce	Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	-
8	Afyonkarahisar Gezi Rehberi	Türkçe	Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2015
9	Afyonkarahisar Mevlevihanesi Gezi Rehberi	Türkçe	Afyonkarahisar Belediyesi	-
10	Gaziantep Müzeleri	Türkçe	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2015
11	Gaziantep Yemekleri	Türkçe/ İngilizce	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2016
12	Gaziantep 2016	Türkçe/ İngilizce	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2016
13	Müzeler Kenti Gaziantep	Türkçe/ İngilizce	Gaziantep Büyükşehir Belediyesi	-
14	Gaziantep'i Keşfet	Türkçe/ İngilizce	Gaziantep Büyükşehir Belediyesi	-
15	Gaziantep Kültür Yolu Üzerindeki Hanlar ve Çarşı	Türkçe	Gaziantep Büyükşehir Belediyesi	-
16	Gaziantep Mutfağı	Türkçe/ İngilizce	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	-

3. ARAŞTIRMA ALANI OLARAK AFYONKARAHİSAR

Afyonkarahisar adını yaklaşık 3500 yıllık tarihe sahip olan, yerden 226 metre yükseklikteki Karahisar kalesinden ve haşhaş bitkisinden almıştır. Afyonkarahisar adında geçen “Afyon”, Latince’de tıpta ilaç yapımında kullanılan haşhaş bitkisinin özsuyu için kullanılan “opium” kelimesinin zamanla yazılış ve söylenişte değişikliğe uğramış halidir (Yüksel, 2004).

Hititler, Frigler, Lidyalılar, Persler, Hellenler, Romalılar, Bizanslılar, Selçuklular ve Osmanlıların egemen olduğu Afyonkarahisar, M.Ö. 3000 yılından günümüze değin önemli bir yerleşim yeri olarak varlığını sürdürmektedir (Devlet Planlama Teşkilatı [DPT] Afyon İli Raporu, 1996).

Ege Bölgesi’nin İç Batı Anadolu bölümünde yer alan Afyonkarahisar, doğuyu batıya, kuzeyi güneye bağlayan kara ve demiryolu ağlarının birleştiği bir kavşak noktası olup coğrafi açıdan Türkiye’nin önemli bir geçiş bölgesinde yer almaktadır (Uyan, 2004: 450). Afyonkarahisar üzerinden Ankara, İstanbul, İzmir ve Antalya gibi büyükşehirlerin diğer şehirlerle bağlantısı sağlanmaktadır. Kuzeyde Eskişehir,

doğuda Konya, batıda Uşak, güneyde Burdur, kuzeybatıda Kütahya, güneydoğuda Isparta, güneybatıda Denizli ile komşudur. Afyonkarahisar il sınırları Ege, Akdeniz ve İç Anadolu bölgeleri olmak üzere üç bölge üzerindedir (Yüksel, 2004).

Türkiye İstatistik Kurumu 2016 yılı nüfus kayıt sistemi verilerine göre Afyonkarahisar'ın nüfusu 714.523 kişidir (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2017b). Merkez ilçe ile birlikte toplam 18 ilçesi bulunmaktadır. Bu ilçeler; Başmakçı, Bayat, Bolvadin, Çay, Çobanlar, Dazkırı, Dinar, Evciler, Emirdağ, Hocalar, İhsaniye, İscehisar, Kızılören, Sandıklı, Sinanpaşa, Sultandağı ve Şuhut'tur.

Afyonkarahisar'ın iklimi yükselti ve denizden uzaklık nedeniyle İç Anadolu iklimine benzemektedir. Afyonkarahisar'da genellikle karasal iklim görülse de Akdeniz iklimine sahip olan ilçeler de bulunmaktadır. Dinar, Evciler, Dazkırı ve Başmakçı ilçelerinde Akdeniz ikliminin özellikleri görülmektedir (DPT, 1996).

Afyonkarahisar'da kırsal alanda yaşayan nüfusun çoğunluğu tarım ve hayvancılık ile uğraşmaktadır. İl genelinde buğday, haşhaş, arpa, şeker pancarı, patates, soğan, nohut gibi tarla tarımı yoğunluktadır. Sulanabilir arazilerde ise salatalık, domates, biber gibi bahçe tarımı yapılmaktadır. Bağ ve meyve tarımı Sultandağı, Çay, Sincanlı, Hocalar ve Merkezde daha yoğun görülmektedir. Meyve ağaçlarının çoğunluğunu kiraz, vişne, kayısı ve elma oluşturmaktadır. Özellikle Sultandağı'nda yetiştirilen Napolyon kirazları yurtdışına ihraç edilmektedir. Başmakçı, Dinar, Dazkırı ilçelerinde ise gül tarımı yapılmaktadır (Tekerli, 2001: 351, akt. Uyan, 2004: 40).

Afyonkarahisar eski bir yerleşim birimi olması itibariyle zengin bir arkeolojik birikime sahiptir. Afyonkarahisar ve çevresinde çok sayıda tapınak, höyük, tümülüs, ören yeri, kale, han, kervansaray, antik kentler, manastır, mezar yeri, kaya yerleşimleri bulunmaktadır. Kentin geçmişini halen sergileyen tarihsel değerlerden birkaçı Frig Vadisi, Karahisar Kalesi, Arkeoloji Müzesi, Zafer Müzesi, İmaret Cami, Ulu Cami, Gedik Ahmet Paşa Cami ve Külliyesi, İmaret, Kadı ve Millet hamamlarıdır. Karahisar kalesinin eteklerinde yer alan geleneksel Afyonkarahisar evleri de önemli mimari yapılardandır. Geleneksel Afyonkarahisar konakları günümüzde restore edilerek restoran, otel ve müze olarak hizmet vermektedir. Bu konaklardan bazıları; Mihrioğlu Konağı, Şehitoğlu Konağı, Çeşmeli Konak

(Alimoğlu Tarih Müzesi) ve Kadınana Konağı'dır. Kentin en önemli turistik çekiciliklerinden bir diğeri ise Sultan Divani Mevlevihane Müzesidir. Afyonkarahisar Mevlevihanesi, Anadolu'da kurulan ilk Mevlevihanelerden biri olup, Konya Mevlevî hanesinden sonra en önemli mevlevîhânedir. Bahçesinde; Derviş Odaları, Matbah (Mutfak), Hâmuşân (Mezarlık) bulunan Mevlevihane, 30 Aralık 2008 tarihinde "Sultan Divani Mevlevihane Müzesi" adıyla, Afyonkarahisar Belediyesi bünyesinde hizmet vermeye başlamıştır. 40 Hatimli Şifalı Aşure geleneği ilk defa Sultan Divani zamanında Afyonkarahisar Mevlevîhânesinde başlamış ve birçok mevlevîhâneye buradan yayılmıştır. Afyonkarahisar mevlevîhânesi, günümüzde bu geleneği devam ettiren tek mevlevîhânedir (Afyonkarahisar Belediyesi, bt).

İl, zengin tarihsel kültür birikimi yanı sıra, oldukça zengin potansiyeli olan doğal kaynaklara da sahiptir. Sınırları içerisinde mağaralar, dağlar, göller, ovalar, yaylalar, peri bacaları ve termal su kaynakları bulunmaktadır ki il, bilindiği gibi kaplıcalarıyla ünlüdür. Gazlıgöl, Gecek, Hüdai ve Heybeli kaplıcaları, Afyonkarahisar'ın başlıca kaplıcalarındandır (DPT, 1996). Turizm sektörünün bölgede gelişmesini sağlayan en önemli faktör de termal turizm potansiyelinin zengin olmasıdır. Termal turizm ve sağlık turizmi ile ön plana çıkan Afyonkarahisar, Türkiye'nin "Termal Başkenti" olarak anılmaktadır. Afyonkarahisar'da yeni tesislerin faaliyete geçmesiyle birlikte, bölgede termal ve sağlık turizminde büyük ilerlemeler kaydedilmiştir.

Afyonkarahisar'da iklim özellikleri, doğal, tarihi ve kültürel potansiyeli alternatif turizm açısından dört mevsim geliştirilmeye uygundur. Bölgede termal turizmin yanı sıra kültür turizmi, kongre ve fuar turizmi, gastronomi turizmi, spor turizmi, eko-turizm, alışveriş turizmi, savaş alanları turizmi gibi alternatif turizm çeşitleri için de önemli kaynaklara sahiptir. Bölgenin doğal, tarihi ve kültürel çekiciliklere sahip olması ve sahip olduğu değerleri koruması, sürdürmesi ve tanıtmaları sonucunda ilerleyen yıllarda önemli bir turizm merkezi olma ihtimali yüksektir (Kervankıran, 2011: 83).

3.1. AFYONKARAHİSAR TURİZM İSTATİSTİKLERİ

Bölgede bulunan turizm işletmeleri incelendiğinde konaklama işletmeleri, yiyecek içecek işletmeleri ve seyahat acenteleri ile ilgili istatistikî verilere ulaşılmıştır. Konaklama işletmelerine bakıldığında, turizm işletme belgeli tesislerin sayısı 2000 yılında 6 adet, 2008 yılında 8 adet, 2010 yılında 12 adet ve 2015 yılında 14 adet, 2016 yılında 19 adet olduğu ve yatırım belgeli tesislerin sayısının da 2000 yılında 7 adet, 2008 yılında 10 adet, 2010 yılında 16 adet ve 2015 yılında 15 adet, 2016 yılında ise 16 adet olduğu görülmektedir. Tablo 6’da turizm işletme belgeli ve yatırım işletme belgeli konaklama tesislerinin 2000-2016 yılları arası verileri gösterilmektedir.

Belediye belgeli konaklama tesislerinin sayısının ise 2000 yılında 52 adet, 2003 yılında 51 adet, 2006 yılında 50 adet, 2016 yılına gelindiğinde ise 68 adede ulaştığı görülmektedir. Konaklama işletmelerinin yatak kapasitelerine bakıldığında, 2016 yılı itibariyle belediye belgeli tesislerin 17.556 turizm belgeli tesislerin 6.523 ve yatırım belgeli tesislerin de 12.556 adet yatak sayısına sahip olduğu görülmektedir. Bölgedeki toplam yatak kapasitesinin ise 24.079 olduğu görülmektedir. Ayrıca Afyonkarahisar’da Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan belgeli 41 adet seyahat acentesi bulunmaktadır.

Tablo 6. Afyonkarahisar İlinde Bulunan Turizm İşletme Belgeli ve Yatırım Belgeli Konaklama Tesisleri ile ilgili İstatistikler (2000-2016)

Yıllar	Turizm Yatırım Belgeli			Turizm İşletme Belgeli		
	Tesis S.	Oda S.	Yatak S.	Tesis S.	Oda S.	Yatak S.
2000	7	761	1992	6	768	1607
2001	6	751	1972	5	758	1586
2002	6	751	1972	7	785	1641
2003	6	1027	2560	6	743	1547
2004	4	450	948	6	743	1547
2005	6	1094	2400	5	643	1337
2006	6	1568	3788	6	684	1429
2007	7	1077	2693	7	1013	2209
2008	10	1477	3371	8	1208	2599
2009	7	1710	4053	11	1547	3272
2010	16	3689	8793	12	1735	3652
2011	16	5187	12754	11	1575	3300
2012	15	5306	13370	14	2370	4910
2013	16	4129	9968	14	2370	4910
2014	16	6207	14136	13	2611	5388
2015	15	5427	12154	14	2588	5339
2016	14	6068	13678	19	3135	6523

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9860/turizm-belgeli-tesisler.html> (Erişim Tarihi:23.04.2017) ve Afyonkarahisar Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, <http://www.afyonkulturturizm.gov.tr/TR,158749/kultur-turizm-istatistikleri.html> (Erişim Tarihi: 23.04.2017) adreslerinden uyarlanarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

Bölgede bulunan yiyecek içecek işletmeleri incelendiğinde 2005 yılında 4 adet turizm işletme belgeli restoranın bulunduğu, bunlardan ikisinin 1.sınıf lokanta, diğer ikisinin 2.sınıf lokanta ve kafeterya olduğu görülmektedir. 2016 yılı verilerine göre bölgede 8 adet turizm işletme belgeli restoran bulunmakta ve altısı 1. sınıf lokanta olarak faaliyet göstermektedir. Turizm işletme belgeli restoranların tümünün kapasitesi 4.104 kişidir. Turizm işletme belgeli yeme içme tesislerinin daha çok dinlenme tesisi olarak hizmet verdiği, belediye belgeli restoranların ise büyük bir bölümünün yerel halka hizmet veren restoranlar olduğu dikkati çekmektedir.

Tablo 7. Afyonkarahisar İline Gelen Turist Sayısı (2000-2016)

Aylar	BELEDİYE BELGELİ TESİSLER		TURİZM İŞLETME BELGELİ TESİSLER	
	Yerli	Yabancı	Yerli	Yabancı
2000	146.755	267	281.722	1.560
2001	132.553	356	121.606	1.218
2002	144.305	385	164.385	2.219
2003	128.925	369	175.720	978
2004	167.963	364	138.361	1.441
2005	158.891	494	110.836	680
2006	166.397	425	136.861	602
2007	197.285	590	144.398	3.634
2008	190.977	776	175.856	4.576
2009	228.480	3.256	199.921	7.098
2010	224.084	727	231.166	9.013
2011	206.795	613	241.541	6.491
2012	264.833	782	237.538	7.155
2013	288.182	1.407	353.104	14.198
2014	289.743	4.267	353.731	15.336
2015	230.107	2.402	438.211	14.749
2016	262.876	1.549	422.929	10.482
TOPLAM	3.429.151	19.029	3.927.886	101.430

Kaynak: <http://www.afyonkulturturizm.gov.tr/TR,158749/kultur-turizm-istatistikleri.html> (Erişim Tarihi: 23.04.2017).

Bölgede bulunan turizm işletme belgeli ve belediye belgeli tesislerde konaklayan kişi sayısı incelendiğinde, turizm işletme belgeli tesislerde ve belediye belgeli tesislerde konaklayan kişi sayılarının yıllar içerisinde dalgalanma gösterdiği dikkati çekmektedir. 2000-2016 yılları arasında hem belediye belgeli hem de turizm işletme belgeli tesislerde konaklayan en yüksek yabancı kişi sayısı 2014 yılında

olduğu görülmektedir. Belediye belgeli tesislerde konaklayan yerli kişilerin en yüksek sayısı 2014 yılında, turizm işletme belgeli tesislerde konaklayan yerli kişilerin en yüksek sayısı ise 2015 yılında olduğu görülmektedir.

3.2. AFYONKARAHİSAR MUTFAK KÜLTÜRÜ

Afyonkarahisar Ege Bölgesi'nde yer alan bir il olmasına rağmen Ege mutfak kültürünü yansıtmamakta, daha çok mutfak kültürü İç Anadolu Bölgesi'ne benzemektedir. Ege Mutfağı denildiğinde zeytin, zeytinyağı, otlar ve sebzeler akla gelmekle birlikte neredeyse tüm yemekler zeytinyağı ile hazırlanmaktadır. Afyonkarahisar'da ise hamur işleri ve et yemekleri ön plana çıkmakta, çoğunlukla yemekler et ve et ürünleriyle hazırlanmaktadır. Afyonkarahisar Mutfağı'nı diğer mutfaklardan ayıran en önemli husus ise haşhaş, iç yağı, manda sütü ve ürünleri kullanımudur. Özellikle hamur işlerinde haşhaş ve iç yağı kullanılarak farklı lezzetler elde edilmektedir.

Afyonkarahisar ekonomisinin tarım ve hayvancılığa dayalı olması nedeniyle yörede et, sebze, meyve, tahıl ve bakliyat tüketimi yaygındır. Bölgede yaşayan insanlar sucuktan bulgura kadar pek çok ürünü kendisi hazırlayıp tüketmektedir. Özellikle manda sütünden yapılan kaymak, manda yoğurdu, manda peyniri, manda tereyağı yemek ve tatlılara yüksek aroma ve tat vermektedir. Bölgede yetişen gıda ürünlerinin doğal şartlarda üretilmesi, farklı pişirme yöntemlerinin kullanımı, yemeklerin hazırlanmasındaki özen ve yöreye özgü malzemelerin kullanılması gibi nedenlerden dolayı yemekler tat, görünüm ve sunum şekli bakımından farklılık göstermektedir.

Afyon yemek kültüründe yemekler alışlagelmiş menüden farklı olarak sunulmaktadır. Meydan sofralarında toplu yenen yemeğe "Sıra yemeği" denilmektedir. Sıra yemeğinde yemek çeşidi, verilen davetin özelliğine göre 10-15 çeşit yemekten 40 çeşit yemeğe kadar çıkabilmektedir. Yemek çeşidinin fazla olmasının yaratacağı sindirim sorunlarını gidermek amacıyla yemeklerin sonunda bamya yemeği sunulmaktadır. Bu davetlerde davetin özelliğine göre farklı yemekler sunulmaktadır (Baytok vd., 2001: 12-13). Tablo 8'de Afyonkarahisar'da görülen yemekli toplantı ve davetlere yer verilmektedir.

Tablo 8. Afyonkarahisar’da Yemekli Toplantı ve Davetler

Toplantı/ Davet Adı	Sunulan Yiyecekler
Doğum Davetleri	Akrabalar tarafından “doğum takımı” (doğumda misafirlere ikram edilen sıra yemekleri) hazırlanır. Doğum takımında pirinç çorbası, palize (su, şeker, nişasta ile hazırlanan tatlı), kaymak, tavuk veya et, meyve bulunmaktadır.
Ölüm Yemekleri	Sıra yemeği akrabalar tarafından hazırlanır. Çorba, kebab, musakka, dolma, güllaç, bamya ve çörek sunulmaktadır.
Sünnet Düğünü ve Daveti	Yemekler aşçılar tarafından hazırlanır. Pilav üstü et veya Özbek pilavı, hoşaf, börek, tatlı veya meyve ve bamya sunulmaktadır.
Nişan/Düğün Daveti	Yemekler aşçılar tarafından hazırlanır. Çorba, duvaklı hindi, paça, kaymaklı elma tatlısı, patlıcan musakka, tas eti, muhallebi, yalancı dolma, güllaç, tavuk yahnisi, börek, baklava, bamya, pilav ve hoşaf sunulmaktadır.
Hacı Daveti	Pilav, börek ve hoşaf sunulmaktadır. Kimi zaman sıra yemeği de sunulmaktadır.
Zinardı Daveti (Nişan gecesinin ertesi günü yapılan davet)	Nişan ve düğün davetlerindeki sıra yemeği sunulmaktadır.
Oğlan Kınası Daveti (Damat eğlencesi ve asker eğlencesi)	Pirinç çorbası, bütün et, patlıcan musakka, yalancı dolma, kaymaklı ekmek kadayıfı veya baklava ve bamya sunulmaktadır. Sıra yemeğinin yanı sıra meze çeşitleri ve içki de sunulmaktadır.
Güveyi Koyma Daveti	Sadece damat tarafının katıldığı davette sıra yemeği sunulmaktadır.
El Öpme ve Çeyiz İndirme Daveti	Pirinç çorbası, bütün et, musakka, muhallebi, paça, nohutlu tavuk yahnisi, baklava, bamya, taze fasulye veya pirinç pilavı ve meyve sunulmaktadır.
Ramazan Davetleri Hidrellez Davetleri Asker Davetleri Bayram Davetleri Gelin Davetleri	Bu davetlerde verilen sıra yemeklerinde çorba, kebab, musakka, dolma, muhallebi, taze fasulye, ekmek kadayıfı veya baklava ve bamya sunulmaktadır.
Gezek Yemekleri	Pirinç çorbası, bütün et, kabak veya patlıcan musakka, muhallebi, kaymaklı elma tatlısı, baklava, bamya, meyve sunulmaktadır. Bazı yemeklerin yerine başka yemekler gelebilmekte olup, duvaklı (yufka ve hindi eti ile hazırlanan yemek), arabaşı ve tel helva 1930 ile 1940 yıllarında en çok sunulan yemeklerdendir.

Kaynak: Baytok, A., Emren, A., Gürel, N., Dalkıranoglu, A., Güney, H. ve Töre, H. (2001) *Afyonkarahisar Mutfağı*. Afyon Kocatepe Üniversitesi. 12-17 sayfalarından uyarlanarak hazırlanmıştır.

Afyonkarahisar yemek kültürünün genel özelliklerini şu şekilde sıralayabiliriz (Nasrattınoğlu, 1974; Baytok vd., 2001; Baytok vd., 2013):

- Afyonkarahisar geçmişte farklı milletlerden (Çerkez, Türkmen, Yörük, Muhacir) göç alması nedeniyle mutfak kültürü çok çeşitlidir. Özellikle merkez, ilçe ve köylerde hem yemekler farklılık göstermekte hem de kullanılan ürünler farklılık göstermektedir.
- Afyonkarahisar’da et ve et ürünleri üretimi ve tüketimi oldukça fazladır. Özellikle yemeklerde dana eti tercih edilmekte, kuzu eti çok

tüketilmemektedir. Ayrıca tavuk, kaz ve hindi eti tüketilmekte olup, balık olarak genellikle tatlı su balıkları tercih edilmektedir. Afyonkarahisar Mutfağı'na özgü et yemekleri arasında Keşkek, Duvaklı Hindi, Bütüm Et ve Ramazan Kebabı ilk akla gelen yemeklerdir.

- İlin önemli gelir kaynaklarından olan sucuk, kış aylarında en çok tüketilen et ürünlerinin başında gelmektedir.
- Afyonkarahisar'da işkembe farklı şekillerde pişirilmektedir. Çorbası, soğanla pişirilen kıyması, yumurtaya bulanarak pişirilen kızartması, haşlandıktan sonra parçalara bölünerek servis edilen söğüşü örnek olarak gösterilebilir.
- Yemeklerde kullanılan etler yağlı olduğu için et yemekleri hazırlanırken ayrıca yağ ilavesi yapılmaz. Et yemeklerinin pişme süresinin uzun tutulması (4-6 saat) yemeklere ayrı bir lezzet katmaktadır. Keşkek, Bütüm Et, Taseti (tas kebabı), Paçık (paça) örnek olarak verilebilir.
- Bazı yemeklerin çömlek ile pişirilmesi yaygındır. Örneğin; keşkek ve paçık çömlek içerisine hazırlanmakta, mahalle fırınının sıcaklığı ile sabaha kadar pişmektedir. Genellikle gecedan sabaha kadar fırında pişirilen yemekler sabah kahvaltısında tüketilmektedir.
- Afyonkarahisar Mutfağı'nda mahalle fırınları (taş fırın), katmer sacı ve kuzine sobalar pişirme aracı olarak önemli bir yer teşkil etmektedir. Özellikle mahalle fırınında pişen hamur işleri daha lezzetli olmaktadır. Bu yüzden yerel halk genellikle evde hazırladıkları hamur işlerini mahalle fırınlarında pişirmektedir. Ayrıca bazı mahalle fırınları sipariş alarak hamur işlerini hazırlayıp satmaktadır. Katmer, ağzı açık, bükme gibi hamur işleri satan pastaneler de çoğunluktadır.
- Haşhaş tohumu farklı şekillerde öğütülmekte olup en makbulü özel taşında ezilenidir. Özel taşında ezilmiş haşhaşın aroması ve tadı, diğer öğütme yöntemleriyle üretilen haşhaş ezmesine göre daha yoğundur.
- Yöreye özgü bir bitki olan haşhaş, özellikle hamur işlerinde bol miktarda kullanılmaktadır. Haşhaşlı lokul, haşhaşlı pide, övme, bükme, ağzı açık, katmer, haşhaş katılan hamur işleri arasında sayılabilir.

- Haşhaş ezmesi bazı yerlerde şeker veya pekmezle karıştırılarak kahvaltıda tüketilmektedir.
- Hamur işleri Afyonkarahisar yemek kültüründe önemli yere sahiptir. Bükme, ağzı açık, katmer, Afyon ekmeği hamur işlerinden en çok yapılanlarıdır. Çoğunlukla haşhaş ilavesi ile hazırlanan hamur işlerinde, başta mercimek olmak üzere peynir, patates ve kıyma iç malzemesi olarak kullanılmaktadır.
- Fırında pişirilecek mayalı hamur işlerinde genellikle hamurun üzerine yoğurt veya iç yağı ile karıştırılmış haşhaş ezmesi sürülmekte olup, yumurta sarısı çoğunlukla tercih edilmemektedir.
- Afyonkarahisar'da ekmek genellikle ekşi maya ve patates püresi ile hazırlanmaktadır. Patatesli ev ekmeği Afyonkarahisar'a özgü bir ekmek çeşidi olup 1 hafta boyunca tazeliğini korumaktadır.
- Hamur işlerinin pişirilmesi ustalık gerektiren bir konudur. Özellikle ağzı açık adı verilen börek, az veya çok pişirildiğinde özelliğini kaybetmekte olup, tam kıvamında pişirilmesi lezzeti açısından önemli bir husustur.
- Hamur işleri, genellikle hoşaf ve kahvaltılık ürünlerle servis edilmekte olup sıcak olarak tüketilmesi gerekir. Hoşaf olarak vişne hoşafı ve kayısı hoşafı en çok tercih edilenler arasındadır.
- Afyon Mutfağı'na özgü araç ve gereçler olmakla birlikte özellikle hamur işleri yapımında kullanılan araç gereç sayısı diğer yörelere göre fazladır. Ayrıca kavrulmuş haşhaşı ezmek amacıyla kullanılan haşhaş taşı Afyonkarahisar'a özgü bir mutfak aracıdır.
- Yemeklerde, hamur işleri ve bazı tatlılarda iç yağı kullanılmaktadır. Bükme gibi bazı yemeklere özgü lezzetin oluşmasında iç yağı önemli bir katkı maddesidir.
- Yörede nohut, mercimek, buğday, göce (kabuğu soyulmuş ve kırılmış buğday), bulgur ve düğü (ince çekilmiş bulgur) yemeklerde sıklıkla kullanılan ürünlerdir.

- Toyga orbasının özelliği, pirinç veya gce ile hazırlanması ve kaymakla servis edilen bir çorba olmasıdır.
- Yemeklerin yanında hoşaf, yoğurt veya ayran mutlaka bulunmaktadır.
- Köfteler genellikle düğü adı verilen ince bulgur ilavesi ile hazırlanmaktadır. Dolma i malzemesi hazırlarken pirinçten ziyade düğü tercih edilmektedir.
- Afyonkarahisar’a özgü salata ve mezeler fazla olmamakla birlikte Afyon (Afiyan) salatası yöreye özgüdür. Afiyan, haşhaşın ilk yeşerdiği zamanki yapraklarıdır. Afiyanın hem salatası yapılmakta hem de yufka ekmeğinin arasına koyularak sade bir şekilde tüketilmektedir. Doğada kendiliğinden yetişen otlar da genellikle yemeğin yanında sade olarak tüketilmektedir. Gneyk, Hardal, Ekşimen, Karakavuk, Tekecen gibi otlar en çok tüketilen otlara örnek olarak verilebilir.
- Afyonkarahisar’da patlıcan sevilerek tüketilen bir sebzedir. Patlıcan böreği Afyonkarahisar’a özgü bir yemektir. İsmi börek olsa da hamurla yapılmaz, kızartılmış patlıcan ve yumurta, kıyma ve maydanoz ile hazırlanan harcın fırında pişirilmesiyle hazırlanan bir yemektir.
- Afyonkarahisar yemek kültüründe pek çok sebzenin musakkası yapılmaktadır. Patlıcan musakka, kabak musakka, pırasa musakka, maydanoz musakka ve patates musakka örnek olarak verilebilir. Afyonkarahisar Mutfağı’nda musakkaların farkı; içerisinde haşlanmış nohutun bulunmasıdır. Haşlanmış nohutun öncelikle kabukları temizlenmekte, ikiye ayrıldıktan sonra musakkaya ilave edilmektedir.
- Afyonkarahisar’da pilavlar domates, havuç gibi sebzelerle veya mercimek, nohut gibi kuru baklagillerle birlikte pişirilmektedir. Haşhaşlı bulgur pilavı ve mercimekli bulgur pilavı örnek olarak verilebilir.
- Kaymak, Afyonkarahisar Mutfağı’nın vazgeçilmezleri arasında yer almaktadır. Kaliteli kaymak, manda sütünden elde edilmektedir. Kaymak, bal ve reel ile kahvaltılık olarak tüketildiği gibi, meyvelerden yapılan tatlılarda ve ekmek kadayıfında kullanılmaktadır. Bunun yanında koyu şeker şurubu

çırpılarak beyazlatılıp içine kaymak ve vanilya katılıp yoğrularak kaymaklı şeker elde edilmektedir.

3.2.1. Afyonkarahisar Mutfağı'na Ait Bazı Reçeteler

Aşağıda Afyonkarahisar Mutfağı'na özgü yemek ve tatlı tarifleri sıralanmaktadır (Baytok vd., 2001: 28-185; Baytok vd., 2013: 40-234):

Ramazan Kebabı (Afyon Kebabı)

Malzemeler: 1kg. kuşbaşı doğranmış dana eti, 2 adet kebablık pide, 1 demet maydanoz, 1 tatlı kaşığı tuz, 1 tatlı kaşığı karabiber

Hazırlanışı: Kuşbaşı et, suyunu çekene kadar kavrulur. Üzerini örtecek kadar su konup pişmeye yakın tuz ve karabiber ilave edilir. Diğer tarafta pideler kare şeklinde kesilir. Etin suyu süzülür ve pideler bu et suyu ile ıslatılır. Üzerine etler yerleştirilir, 5 dakika fırında ısıtıldıktan sonra maydanoz ile servis edilir.

Bütün Et (Bütüm Et)

Malzemeler: 2 kg dana sırt eti, 6 adet tane karabiber, 1 tatlı kaşığı tuz, 3 yemek kaşığı sıvı yağ. Garnitür İçin: 3 adet domates, 3 adet patates, 5 adet sivri biber, 2 su bardağı sıvı yağ.

Hazırlanışı: Et, 150 gramlık 4 cm kalınlığında kesilir. Tencerede sıvı yağ kızdırılır. Üzerine et parçaları, tuz ve karabiber koyulur. Mahalle fırınında ve kısık ateşte uzun süre pişirilir. Ayrı bir tencerede iri doğranmış patates, sivri biber ve domates sırasıyla kızartılır. Pişen et bakır tepsiye alınır, üzerine garnitürler eklenerek servis edilir.

Duvaklı Hindi (Şepitli Hindi)

Malzemeler: 1 adet hindi, 2 su bardağı un, 1 çay kaşığı tuz, Yeteri kadar su

Hazırlanışı: Öncelikle hindi haşlanır. Yufka için un, tuz ve su karıştırılıp yumuşak bir hamur elde edilir. Yumurta büyüklüğünde parçalara ayrılıp hamurlar açılır, sacda yağsız olarak pişirilir. Haşlanan hindinin suyu başka bir tencereye alınır. Kaynamış hindi suyuna, yufkalar batırılıp tabağa açık şekilde yerleştirilir, hindi eti de içerisine konulup servis edilir.

Göce Tarhanası

Malzemeler: 1 su bardağı göce tarhanası, 5 su bardağı ılık su, 1 yemek kaşığı tereyağı, 1 tatlı kaşığı tuz, 1 tatlı kaşığı kırmızıbiber, 1 tatlı kaşığı nane.

Hazırlanışı: Bir gün öncesinden iki su bardağı ılık suda bekletilip yumuşatılan tarhana, el ile iyice ezilir. Üzerine üç su bardağı suyu ve tuzu eklenir. Sürekli karıştırılarak kaynatılır. Bir tavada tereyağı eritilerek kırmızıbiber ve nane eklenir, sos çorbanın üzerine dökülerek servis edilir.

Patlıcan Böreği

Malzemeler: 6 adet orta boy patlıcan, 4-5 adet yumurta, 750 gr dana kıyma, yarım demet maydanoz, 1 tatlı kaşığı tuz, 1 tatlı kaşığı karabiber, 1 litre sıvı yağ (kızartmak için). Üzeri İçin: 2 adet domates, 3-4 adet yeşilbiber.

Hazırlanışı: Patlıcanlar boyuna alacalı soyulur. Boydan dörde bölünerek yağda kızartılır. Diğer tarafta kıyma, maydanoz, yumurta, karabiber, kırmızı toz biber ve tuz karıştırılarak harç hazırlanır. Kızaran patlıcanlar bıçakla ufak ufak kıyılır. İçine bir adet küp doğranmış domates eklenir ve hazırlanan harcın yarısı ilave edilerek, iyice karıştırılır. Kenarı yüksek bir tepsiye, hazırlanan patlıcanlı karışım yayılır. Üzerine kalan kıymalı harç ilave edilir ve üzeri, halka şeklinde dilimlenmiş domates ve yeşilbiberle süslenerek 30 dakika fırında pişirilir.

Bükme

Malzemeler: Hamuru İçin: 6 su bardağı un, 1 çay kaşığı tuz, yeterli miktarda su. İçi İçin: 1,5 çay bardağı sıvı yağ, 1 yemek kaşığı iç yağ, 1 su bardağı yeşil

mercimek, 100 gr sürtülmüş haşhaş, 1 adet orta boy soğan, 1 tatlı kaşığı tuz, 1 tatlı kaşığı karabiber.

Hazırlanışı: Un elenerek ortası havuz şeklinde açılır. Tuz ve azar azar su ilavesiyle yoğrularak kulak memesi yumuşaklığında bir hamur hazırlanır. Bu hamur iki parçaya bölünür. İlk parça yufka büyüklüğünde açılıp eritilmiş iç yağla yağlandıktan sonra üzerine sıvı yağla karıştırılmış haşhaş sürülür ve bohça haline getirilerek serin bir yere alınır. Diğer parça da aynı şekilde açılıp yağlandıktan sonra bohça haline getirilen ilk parça alınıp bu hamurun ortasına konulur. Tekrar bohça şeklinde katlanır ve dinlenmeye bırakılır. Diğer tarafta haşlanmış mercimeğin içerisine ince doğranmış ve yağda kavrulmuş soğan katılıp tuz ve karabiber ilavesi ile iyice karıştırılır. Mercimeğin yerine iç malzemesi olarak patates ve peynir de kullanılabilir. Dinlenen hamur arzu edilen büyüklükte kare parçalar halinde kesilir. Her parça oklava ile dikdörtgen şeklinde açılır. Ortasına hazırlanan mercimek karışımı konularak karşılıklı iki kenarı uç uca gelecek şekilde kapatılır. Bu işlem tamamlandıktan sonra hamurların üzeri yağlanıp 200 derece ısıtılmış fırında 40 dakika pişirilir. Kışın vişne hoşafıyla, yazın ise kavun ve karpuzla servis edilir.

Ağzı Açık

Malzemeler: Hamuru için: 12 su bardağı un, 1 tatlı kaşığı tuz, yeterli miktarda su. İçi için: 100 gr. iç yağı, 2 su bardağı sıvı yağ, 500 kıyma, 1 adet yumurta, yarım demet maydanoz.

Hazırlanışı: Un elenerek ortası havuz şeklinde açılır. Tuz ve azar azar su ilavesiyle yoğrularak kulak memesi yumuşaklığında bir hamur elde edilir. Hazırlanan hamur dört bezeye bölünür. İlk hamur bezesi yufka büyüklüğünde açılıp üzerine ısıtılmış sıvı yağ ve iç yağı karışımı sürülür. Yufka bohça şeklinde katlanarak serin bir yere alınır. İkinci hamur bezesi de yufka büyüklüğünde açılır. Üzerine ısıtılmış sıvı yağ ve iç yağı karışımı sürülür. İlk hazırlanan bohça şeklindeki hamur bu yufkanın içine konulur ve tekrar bohça şeklinde katlanır. Bu işlem diğer iki beze içinde aynı şekilde uygulanır. Böylece dört hamurdan iki tek hamur elde edilir. Bohça şeklindeki hamurlar, eşit kare parçaları şeklinde kesilir. Kesilen parçalar ortası kalın kenarları ince olacak şekilde açılır. Diğer tarafta kıyma, yumurta, maydanoz

kariştırılarak harç yapılır. Açılan hamurların ortasına bir miktar harç konularak kenarları pile şeklinde birbiri üşüne bindirilerek katlanır. Yağlanmış tepsie aralıklı olarak dizilir. Üzeri yağlanarak 200 derece ısıtılmış fırında 40 dakika pişirilir.

Haşhaşlı Lokul (Haşgeşli Lokul)

Malzemeler: 1 yemek kaşığı kuru veya yaş maya, 1 su bardağı yoğurt veya süt, 1 çay bardağı sıvı yağ, 6 su bardağı un, 1 su bardağı sũrtũlmũř haşhaş, 1 yemek kaşığı şeker, yeterli miktarda ılık su.

Hazırlanışı: Un elenir ve ortası açılır. Bir kapta şeker ve ılık su ile maya kabartılır ve unun ortasına dũkũlũr. Yağ, yoğurt ve ılık su ilavesiyle yumuşak bir hamur yapılır. Hamurun üzerine un serpilerek üzeri temiz bir bezle sıkıca kapatılır ve ılık bir yerde mayalanmaya bırakılır. Kabarıp mayalanan hamurdan yumurta bũyũklũėũnde parçalar alınıp tezgâh üzerinde hafıfe açılır. Üzerine haşhaş sũrũlũp rulo şeklinde katlanır, kendi etrafında yuvarlanıp yağlanmış tepsie yerleştirilir. 15-20 dakika dinlendirildikten sonra üzerine yağlı haşhaş sũrũlũp 200 derecede ısıtılmış fırında pembe renk alıncaya kadar pişirilir.

Kedikũlũmbe

Malzemeler: İ Hamuru: 500 gr. kuyruk yağı, 500 gr. iç yağı, yarım paket margarin, 2 su bardağı sıvı yağ, 500 gr. kesme şeker, yarım litre su, 3 adet yumurta, 1 tatlı kaşığı kabartma tozu, aldığı kadar un. Dış Hamuru (Gũyneėi) için: 3 yumurta, 2 su bardağı su, aldığı kadar un.

Hazırlanışı: Kesme şeker haşhaş taşında sũrtũlũr. Kesme şeker ve su kaynatılarak şerbet hazırlanır. Bir kenarda soğumaya bırakılır. Kuyruk yağı, iç yağı ayrı ayrı eritilip sũzũlũr, sıvı yağ ve margarin ilave edilerek kariştırılır. Bu karişımdan bir su bardağı ayrılır. Daha sonra soğuyan şerbet yağ karişımına ilave edilerek rengi beyazlaşana kadar elle kariştırılır. Elde edilen yağ ve şerbet karişımına kabartma tozu, yumurta ve un ilave edilerek yumuşak bir hamur elde edilene kadar yoğrulur. Bu hamur bir tarafta bekletilir. Bu hamurun dışını sarmak için bir hamur daha hazırlanır. Bunun için önceden ayrılan yağ karişımının içine üç yumurta (bir

yumurta akı ayrılır), su ve aldığı kadar un ilave edilerek yumuşak bir hamur elde edilir. Bu hamurdan ceviz büyüklüğünde parçalar ayrılır ve parçalar yemek tabağı büyüklüğünde 1,5 cm kalınlığında olacak şekilde oklava ile açılır. Daha önceden hazırlanan hamurdan avuç büyüklüğünde parçalar alınır. Elde sıkıştırılıp top haline getirilerek açılan hamurun ortasına yerleştirilir. Top şeklindeki hamurun yerleştirildiği dıştaki hamurun kenarları büzülerek bir araya getirilir. Ters çevrilerek tepsiye dizilir. Kurabiyelerin üzeri kedikülumbeye özel cımbız ile yer yer sıkıştırılarak şekil verilir. Bu işlem hem şekil vermek hem de içteki hamurun güzel pişmesi amacıyla yapılır. 200 derece ısıtılmış fırında 50 dakika pişirilir.

Kaymaklı Ekmek Kadayıfı

Malzemeler: 1 adet hazır ekmek kadayıfı, 3,5 kg. toz şeker, 3 litre su, yarım limon suyu, kaymak.

Hazırlanışı: Ön hazırlık olarak şeker, limon suyu ve su kaynatılarak şerbet hazırlanır. Diğer tarafta ekmek kadayıfı pişirme tepsisinin içinde 10-15 dakika ılık su ile ıslatılır ve kabarması sağlanır. Suyu süzülen ekmek kadayıfı ocağa konulur. Üzerine hazırlanan sıcak şerbet dökülür. Pişirme işlemi devam ederken kadayıf ile tepsinin kenarı arasında biriken şerbet kepçe yardımı ile kadayıfın üzerinde gezdirilir. Bu işlem kadayıf şerbetini çekinceye kadar devam edilir. Ekmek kadayıfı ters çevrilerek pişirildiği tepsiden daha küçük bir tepsiye alınır. Soğumaya bırakılır. Soğuyunca kaymak ile servis yapılır.

3.2.2. Afyonkarahisar'ın Marka Olmuş Gastronomi Ürünleri

Tablo 9'da Afyonkarahisar'ın marka olmuş gastronomi ürünlerine yer verilmektedir.

Tablo 9. Afyonkarahisar'ın Marka Olmuş Gastronomi Ürünleri

Gıda Ürünü	Açıklama
Kaymak	Kaymak, kendine has üstün lezzet ve aroması ile herkesin severek tükettiği bir süt ürünüdür. İnek ve manda sütünden elde edilir. Manda sütünden yapılan kaymak daha lezzetli ve dayanıklıdır. Afyonkarahisar ile özdeşleşmiş ürünlerden birisidir.
Sucuk	Afyonkarahisar ile özdeşleşmiş ürünlerden birisidir. Sucuk yağlı ve az baharatlıdır, dolayısıyla et tadı fazlasıyla alınır.
Kaymaklı Şeker	Afyonkarahisar'a özgü bir ürün olan kaymaklı şeker, Afyonkarahisar ekonomisinde önemli bir yer tutmaktadır. Kaymaklı şeker, 20. Yüzyılın başlarında şekerçi Salih Usta tarafından yapılmış bir şekerlemedir.
Lokum	Lokum; su, şeker ve nişasta kullanılarak yapılan bir Türk tatlısıdır. Afyonkarahisar, bu geleneksel lezzetin yaygın bir şekilde üretildiği illerimizden birisidir. Kaymaklı lokum Afyonkarahisar ile özdeşleşmiş ürünlerden birisidir.
Patates	Sandıklı ve Şuhut bölgesinde sınırlı miktarda yetişen bir tür tatlı patatesi ile Türkiye'nin her yerinde aranan ve tercih edilen değerli bir patates türüdür. Patates Afyonkarahisar ile özdeşleşmiş ürünlerden birisidir.
Haşhaş	Afyonkarahisar ile özdeşleşmiş ürünlerden birisidir. Özellikle hamur işlerinde yoğun bir şekilde kullanılmaktadır.
Keşkek	Afyonkarahisar ile özdeşleşmiş ürünlerden birisidir. Çömlek içerisinde hazırlanıp akşamdan mahalle fırınlarına verilir, sabaha kadar pişirilir. Genellikle kahvaltıda tüketilmekle birlikte günün her öğününde de yenmektedir.
Kiraz/ Vişne	Kiraz özellikle Afyonkarahisar'ın Sultandağı ilçesinde yetişmekte olup, hem yurt içine hem de yurt dışına satışı yapılmaktadır. Vişne daha ziyade iç piyasaya sürülmekte, kalan kısmı da ilçede bulunan meyve suyu ve konservecilik fabrikalarında değerlendirilmektedir.
Yumurta	Türkiye'nin yumurta borsası Afyonkarahisar'ın Başmakçı ilçesinde bulunmaktadır. İlçede yumurta tavukçuluğu gelişmiştir.
Bükme	Afyonkarahisar ile özdeşleşmiş ürünlerden birisidir. Özellikle mercimekli bükme meşhurdur. Genellikle vişne hoşafı ile tüketilmektedir.
Ekmek Kadayıfı	Afyonkarahisar ile özdeşleşmiş ürünlerden birisidir. Vişneli ekmek kadayıfı Afyonkarahisar'a özgü bir tatlıdır. Manda kaymağı ile servis edilir.
Sucuk Döner	Afyonkarahisar ile özdeşleşmiş ürünlerden birisidir. Sucuk döneri ilk Afyonkarahisarlılar keşfetmiştir. Özellikle dinlenme tesislerinde bulunan bir yiyecektir.
Afyon Ekmeği (Ev Ekmeği)	Afyonkarahisar ile özdeşleşmiş ürünlerden birisidir. Diğer ekmeklerden farklı ekşi maya ve patates püresi ile hazırlanmasıdır.

Kaynak: Baytok, A., Emren, A., Gürel, N., Dalkıranoglu, A., Güney, H. ve Töre, H. (2001) *Afyonkarahisar Mutfağı*. Afyon Kocatepe Üniversitesi. 21-25 sayfalarından uyarlanarak hazırlanmıştır.

3.2.3. Afyonkarahisar'da Gastronomi Yoluyla Marka Olan Mekânlar ve Uygulamaları

Afyonkarahisar'da gastronomi yoluyla marka olan mekânlara bakıldığında, restoran ve kafeteryalardan ziyade gıda ürünleri (sucuk, lokum vb.) satan dükkânların ve yol üzeri mola restoranlarının ön plana çıktığı görülmektedir. Merkezde bulunan esnaf lokantaları da gastronomi yoluyla marka olmaya başlayan

mekânlar arasındadır. Afyonkarahisar mutfak kültürüne ait unsurları sergileyen müze benzeri bir mekân ise bulunmamaktadır.

AŞÇI BACAKSIZ

Yağcıoğlu sülalesinden Mustafa, Yukarı Pazar Caddesinde bulunan Meyhaneciler sokağında ilk dükkânını açmıştır. Bu dükkânı açtığı anda oğlu (Ahmet Madenci) henüz doğmamış olmasına rağmen, ailenin ilk resmi kaydı olan oğlunun doğum yılını dükkânının açılış tarihi (1881) olarak kabul etmiştir. Bu dükkânda kebab, Özbek pilavı ve tandır yaparak Afyonkarahisar'da tanınmıştır. Aşçı Bacaksız'ın ölümünden sonra işi oğlu Ahmet Madenci devralmıştır. Birkaç yıl eski dükkânı işleten Ahmet Madenci 1938 yılında bugün hizmet verilen dükkâna taşınmıştır. Ahmet Madenci vefat edince oğulları Mustafa ve Kadir Madenci işe devam etmişlerdir. Kadir Madenci Afyonkarahisar'da dedesinin lakabı olan Aşçı Bacaksız olarak tanınmış olup, Mustafa Madenci'nin işten ayrılmasından sonra oğlu Ahmet Madenci ile çalışmaya devam etmiştir. Aşçı Bacaksız Mayıs 2007 yılında vefat edince oğlu Ahmet Madenci işin başına geçmiş ve dükkânın şu anki işletmecisidir. Ahmet Madenci babasının selamsız dükkâna girilmesine, yağsız kebab istenmesine, buçuklu kebab istenmesine oldukça kızdığını belirtmiştir. Dededen kalma bazı gelenekler halen sürdürülmektedir. Bunlar; dükkânda sandalyeler müşteriye saygısızlık olmaması gerekçesiyle sağa bakacak şekilde yerleştirilmekte, dükkânın tabelası bulunmamakta, pişirilecek hayvan bizzat seçilmekte ve bir tencere tandır bittiğinde dükkân kapatılmaktadır. Asırlık dükkânda altı masa bulunmakta olup, küçük bir mutfak ve el yıkamak için lavabo vardır. Masalardan üç tanesi 1881 yılına aittir, diğer üçü ise 1938 yılında bu dükkâna taşınırken yaptırılmıştır. Dükkânda sadece tandır ve ekmek kadayı sunulmaktadır. Tandır; pide, pilav ve kuru soğan ile servis edilmektedir. Dükkân saat 11.00'da açılmakta olup bir tencere tandır bittiğinde kapanmaktadır (Anonim, 2017c).

İKBAL LOKANTASI

İkbal'in kurucusu Salim Usta, yemek sanatını 1900'lü yılların başında Yıldız Sarayı'nda aşçı yardımcılığı yaptığı sıralarda öğrenmiştir. 1922'de kardeşleriyle

beraber memleketi Afyonkarahisar’da “Zümrüt” adıyla küçük bir lokanta açarak kendi işini kurmuştur. Dışarıda yemek yeme alışkanlığının pek olmadığı; hatta ayıp karşılandığı bu dönemlerde Salim Usta’nın yemeklerinin şöhreti, her geçen gün daha da artmaya başlamıştır. 1934 yılında Atatürk’ün Afyon’u ziyaret edeceği haberi geldiğinde, ağırlamanın nasıl yapılacağı konusu gündeme gelmiştir. Dönemin valisi Ahmet Evrendilek, konuyu vilayet başkâtibi Bekir Evrenkaya ile konuşmuştur. Evrenkaya, Atatürk’ü Belkaracaören köyündeki bağ evinde ağırlayabileceğini ve yemeklerin hazırlığı için de, Kabaklı Mahallesi Muhtarı Mustafa Pancar’ın oğlu aşçı Salim Usta’yı çağırabileceğini söylemiştir. Salim Usta, Atatürk’ün yemeği için büyük bir itinayla hazırlanmış, gösterişli bir menü çıkarmıştır. Yemeği ve sofrayı çok beğenen Atatürk, Salim Usta’yı çağırması ve lokantasının adını sormuştur. Atatürk, lokantasının adını “bahtı açık” anlamına gelen “İkbal” olarak değiştirmesini söylemiştir. Salim Usta, Atatürk Afyonkarahisar’dan ayrılmadan lokantasının adını İkbal olarak değiştirmiştir. Şu an Uzun Çarşı ve Dinlenme tesisi olmak üzere Afyonkarahisar’da İkbal Lokantası’nın iki şubesi bulunmaktadır (Anonim, 2017d). Ayrıca, ülke çapında tanınan yatırımlar olarak İkbal Termal Otel, Afium Alışveriş Merkezi ve İkbal Fast Food Restoranlarını bünyesinde bulunduran İkbal Gıda firmasının da temelini oluşturmaktadır.

ÖZTAYLAN YAYLA ŞEKERLEME

Uzun çarşı’da küçük bir dükkânda hizmet veren Öztaylan Yayla Şekerleme, hiçbir katkı maddesi kullanmadan yıllardır üretim yapmaktadır. İlk yıllarda cevizli ve kaymaklı lokum üretilmiş olup, daha sonra antepfıstıklı, fındıklı, sultan lokumu çeşitleri, kaymak şekerleri çeşitleri, ezmeler de üretilmeye başlanmıştır. Farklı şehirlerden Afyonkarahisar’a gelen ziyaretçilerin genellikle tercih ettikleri yerlerden en önemlisidir.

NUMAN USTA

1992 yılından bu yana hizmet veren Numan Usta, özellikle tandır çorbası ve döneri ile meşhurdur. Numan Usta dönerinin en büyük özelliği % 100 yaprak etten oluşması ve kıyma içermemesidir. Kendine has terbiye yöntemleriyle terbiye edilen

etler, odun ateşinde pişirilmektedir. Döner ve kebaplar; tandır lavaşı, yoğurt, patates kızartması, salata, ezme, soğan piyazı ve pilav çeşitleri ile servis edilmektedir. Toplam 500 metrekare, 200 kişi kapasiteli 4 katlı restoranda 30 kişilik ekip ile hizmet verilmektedir (Anonim, 2017e).

ŞEHİTOĞLU KONAĞI

Yan yana iki tarihi binadan oluşan Şehitoğlu Konağı; özel konaklama tesisi, restoran ve kafeterya olarak hizmet vermektedir. 108 kişilik restoran kapasitesi, 20 kişilik konaklama kapasitesi bulunmaktadır. Özel davet ve toplantılar düzenlenmekte olup, sipariş üzerine Afyonkarahisar'ın meşakkatli yemekleri de sunulmaktadır (Anonim, 2017f).

MİHRİOĞLU KONAĞI

1905 yılında yaptırılan tarihi bina son dönem Osmanlı sivil mimari yapılarına örnektir. Restoran ve kafeterya olarak hizmet veren konakta, nişan, söz, toplantı, kına gecesi, özel günler, sosyal ve kültürel davetler de yapılmaktadır. Menülerinde Afyonkarahisar'a özgü yemek ve tatlılar bulunmakta olup, bazı yöresel yemekler sipariş üzerine hazırlanmaktadır. Tandır çorbası, kaymaklı ekmek kadayıfı, patlıcan musakka, velense (üçgen hamurdan yapılan mantıya benzeyen bir yemek) her zaman yapılmasına rağmen; ağzı açık, bükme, patlıcan böreği, göce köftesi gibi Afyonkarahisar'a özgü yemekler sipariş üzerine hazırlanmaktadır. Ayrıca işletmede özel davet ve toplantılarda sunulmak üzere sıra yemekleri de sipariş üzerine hazırlanmaktadır. Sıra yemekleri; tandır çorbası, konak salatası, Afyon kebabı, patlıcan musakka, etli yaprak sarma, süzme yoğurt, kaymaklı ekmek kadayıfı ve bamyardan oluşmaktadır (Anonim, 2017g).

4. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Araştırmanın bu kısmında, yapılan betimsel analiz doğrultusunda elde edilen bulgular sunulmaktadır. Afyonkarahisar’ın gastronomi sunumunu ve geliştirilmesini konu alan bu araştırmanın bulguları, “Yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen bulgular” ile “Kıyaslamadan elde edilen bulgular” olmak üzere iki farklı ana başlık ve alt başlıklar altında sunulmuştur. Görüşmeden elde edilen bulgular; “Yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen bulgular” kısmında, gözlem ve doküman analizinden elde edilen bulgular; “Kıyaslamadan elde edilen bulgular” kısmında yer almaktadır. Araştırmaya gözlemlerle yapılan katkılar, kimi zaman araştırmacının hazırlamış olduğu gözlem formu ve direkt notlarından, kimi zaman da fotoğraflar kullanılarak sunulmuştur.

Araştırma bulgularının sunumunda çalışmanın literatür kısmında yer verilen bilgiler temel alınmıştır. Daha önceden bahsedildiği üzere betimsel analiz, çeşitli veri toplama yöntemleriyle elde edilmiş verilerin daha önceden belirlenmiş temalara göre özetlenmesi ve yorumlanmasını içeren bir nitel veri analiz türüdür. Veriler araştırma sorularının ortaya koyduğu temalara göre düzenlenebileceği gibi, görüşme ve gözlem süreçlerinde kullanılan sorular ya da boyutlar dikkate alınarak da sunulabilir. Bu çalışmada görüşme formu yardımıyla oluşturulan temalar dikkate alınarak verilerin analizi ve bulguların sunumu yapılmıştır. Tablo 10’da yarı yapılandırılmış görüşmeler için oluşturulan temalar yer almaktadır. Kıyaslamadan elde edilen bulgular kısmında ise gastronomi şehri rehber kriterleri tema olarak seçilmiştir.

4.1. YARI YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞMELERDEN ELDE EDİLEN BULGULAR

Paydaşlar ile yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerden bazıları, paydaşların izni doğrultusunda ses kaydına alındığından, bulguları ortaya koyabilmek için öncelikle deşifre işlemine ihtiyaç duyulmuştur. Sorunun cevabına yönelik deşifre işlemi yapılmış olup, görüşmeyi duraklatan (telefon vb.) unsurlara yer verilmemiştir. Hazırlanan deşifrelerden bir tanesi örnek olarak Ek 4’de sunulmuştur. Sonuç olarak araştırmanın bu bölümünde, Ek 2’de yer alan yarı yapılandırılmış görüşme sorularına verilen yanıtlar sunulmaktadır.

Analiz kısmında atıflara yer verilirken, işletme, kurum ya da görüşmeye katılan kişinin bilgileri verilmemiş, bunun yerine katılımcı numaraları belirtilmiştir. Bazı katılımcılar sorulan soruya geniş çaplı cevap vermeleri nedeniyle, konuşma içerisindeki gereksiz bazı kısımlar atlanarak sadece sorunun cevabı ile ilgili kısım araştırmaya dâhil edilmiştir. Görüşmelerde atlanan kısımlar parantez içinde dört nokta (...) olarak gösterilmiştir. Ayrıca bazı katılımcılar sorulan sorulara net cevap vermemiş, genel değerlendirme yaparak, diğer sorulacak olan soruları da kapsayan cevaplar vermişlerdir. Bu durumda araştırmacı, cevapları alınan soruları tekrarlamamak adına sormamış, bu soruların cevapları başka cevaplar içinde verilen kısımlardan temin edilmiştir. Görüşmelerin yüz yüze gerçekleştirilmesinden dolayı katılımcıların sorulara verdikleri yanıtlar sırasında sergiledikleri tepkileri (mimik vb.) gözlemlenmiş ve yanıtların analizinde bu bulgulardan da yararlanılmıştır. Tüm katılımcılara aynı sorular yöneltilmemiş, kimi sorular sorulacak gruplara göre değiştirilmiş ve sadece güncel bilgi alınacağı düşünülen gruplara yöneltilmiştir. Görüşme formu yardımıyla oluşturulan sekiz temadan sadece beşinci tema bazı katılımcılara sorulmuştur. Elde edilen bulguların kolay anlaşılabilmesi için tablolar şeklinde de ayrıca sunulmaya çalışılmıştır.

Tablo 10. Oluşturulan Temaların Kodları

Tema Kodu	Görüşme Formu Yardımıyla Oluşturulan Temalar
T1	Katılımcıların Demografik Özellikleri
T2	Katılımcıların Çalışma Süreleri
T3	Katılımcıların Afyonkarahisar Hakkındaki Görüşleri
T4	Afyonkarahisar'ın Sahip Olduğu Değerlerin Turizm Sektöründe Kullanılabilirliği
T5	Katılımcıların Turist Profilleri Ve Seyahat Motivasyonları Hakkındaki Görüşleri
T6	Katılımcıların Afyonkarahisar'ın Gastronomi Turizmi Açısından Potansiyeli ve Gastronomi İmajı Hakkındaki Görüşleri
T7	Katılımcıların Afyonkarahisar'da Gastronomi Turizminin Geleceği Hakkındaki Görüşleri
T8	Katılımcıların Afyonkarahisar'da Gastronomi Sunumunun Geliştirilmesinde Yapılacakların Belirlenmesine Yönelik Görüşleri

4.1.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Betimsel analizde kullanılmak üzere araştırmanın ilk teması “Katılımcıların demografik özellikleri” olarak belirlenmiştir. Çalışmanın bu bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini tespit etmeye yönelik beş adet soru

sorulmuştur. Alınan cevaplar Tablo 11’de sunulmuştur. Demografik özellikler temasına bağlı olarak oluşturulan alt temalar ise şunlardır:

Demografik Özellikler

- Cinsiyet
- Yaş
- Eğitim Durumu
- Eğitim Alınan Alan
- Meslek

Cinsiyet

Görüşme yapılan paydaşların 6’sı bayan 19’u erkektir. Cinsiyet faktörünün araştırmaya dâhil edilmesinin nedeni; bayanlar ve erkeklerin gastronomiye bakış açılarının farklı olabileceği düşüncesidir. Ancak paydaşların büyük çoğunluğunu erkekler oluşturmaktadır. Tablo 11’de katılımcıların cinsiyetleri yer almaktadır.

Yaş

Paydaşlar ile yapılan görüşmeler sonucunda paydaşların 29-55 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Tablo incelendiğinde, paydaşlardan dört tanesinin 29-34 yaş aralığında, on tanesinin 35-40 yaş aralığında, beş tanesinin 41-46 yaş aralığında, beş tanesinin 47-52 yaş aralığında ve bir tanesinin 53-58 yaş aralığında olduğu görülmektedir. En genç paydaşlar, 29 yaşında olan bir Yiyecek İçecek Müdürü, bir Yiyecek İçecek Müdür Yardımcısı ve iki memurdur. Yaşı en büyük olan paydaş ise Belediye Başkan Yardımcısıdır. Yaş faktörünün araştırmaya dâhil edilmesinin sebebi, genç paydaşların gastronomi turizmi ve Afyonkarahisar’da gastronomi sunumunun geliştirilmesi konusunda bakış açılarının, yaşı daha büyük paydaşlardan farklı olabileceği düşüncesidir. Ancak araştırmada genç paydaşların az olması, bu konu hakkında derinlemesine bilgi sahibi olunmasına engel olmuştur. Araştırmada 35-40 yaş aralığında bulunan paydaşların daha yaratıcı, yenilikçi ve ileri görüşlü olduğu belirlenmiştir. Ayrıca 47-52 yaş aralığındaki paydaşların da gastronomi konusunda bilgili oldukları ve gastronomi ve gastronomi turizmine ilgi duydukları belirlenmiştir. Tablo 11’de paydaşların yaşları detaylı olarak gösterilmektedir.

Eğitim Durumu

Görüşme yapılan paydaşlardan ikisi ilkokul mezunu, biri ortaokul mezunu, dördü lise mezunu, biri ön lisans mezunu, on ikisi lisans mezunu ve beşi lisansüstü eğitim düzeyine sahiptir. Eğitim durumlarına ilişkin bilgiler incelendiğinde, çoğunlukla paydaşların lisans ve lisansüstü eğitim düzeyine sahip oldukları görülmektedir. Paydaşların eğitim seviyesinin araştırmaya dâhil edilmesinin sebebi; farklı eğitim kademelerinden mezun olan paydaşların konu hakkındaki bilgi düzeylerinin de farklı olabilme ihtimaline vurgu yapmaktır. Tablo 11’de katılımcıların eğitim durumları yer almaktadır.

Eğitim Alınan Alan

Ticaret ve Sanayi Odası, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Seyahat Acentesi ve Afyonkarahisar Belediyesi’nde çalışan katılımcılar farklı alanlarda eğitim almıştır. Farklı alanlarda eğitim alan katılımcı sayısı 9’dur. Diğer görüşme yapılan 16 katılımcının 6’sı turizm alanında eğitmen, 10’u ise işletmelerde çalışan katılımcılardır. İşletmelerde görüşme yapılan katılımcıların 7’si turizm ile ilgili bir alandan mezundur. Diğer iki katılımcı mutfak şefi olup, çıraklık eğitimi mezunudur. Bir adet ilkokul mezunu yiyecek içecek müdürü ise alanında sertifikalara sahip, zincir otel eğitim sisteminde görev almış, dolayısıyla iş hayatında turizm ile ilgili eğitimlere katılmıştır. Eğitim alınan alanın sorgulanmasının sebebi; turizm alanlarından mezun olan paydaşların konuya daha ilgili olacağı ve katkılarının daha fazla olacağı düşüncesidir. Tablo 11’de katılımcıların eğitim aldıkları alanlar yer almaktadır.

Meslek

Farklı meslek gruplarından katılımcılar olmakla birlikte, yiyecek içecek müdürleri ve turizm alanında görev yapan eğitmenler çoğunluktadır. Paydaşların meslekleri incelendiğinde, altısı yiyecek içecek müdürü, altısı turizm alanında görev yapan eğitmen, ikisi memur, ikisi mutfak şefidir. Yiyecek içecek müdür yardımcısı, restoran müdürü, kültür ve sosyal işler müdürü, belediye başkan yardımcısı, seyahat acente yetkilisi, basın yayın birim sorumlusu, şube müdürü, genel sekreter ve genel

sekreter yardımcısı mesleklerinden ise birer paydaş bulunmaktadır. Tablo 11’de katılımcıların meslekleri yer almaktadır.

Tablo 11. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcı Kodu	Katılımcının Cinsiyeti	Katılımcının Yaşı	Katılımcının Eğitim Durumu	Katılımcının Eğitim Aldığı Alan	Meslek
Katılımcı 1	Erkek	39	Lisans	Turizm	Yiyecek İçecek Müdürü
Katılımcı 2	Erkek	29	Lise	Turizm	Yiyecek İçecek Müdürü
Katılımcı 3	Erkek	43	Lise	Turizm	Yiyecek İçecek Müdürü
Katılımcı 4	Erkek	47	Lisans	Turizm	Restoran Müdürü
Katılımcı 5	Erkek	39	Ortaokul	Turizm	Mutfak Şefi
Katılımcı 6	Bayan	39	Lisansüstü	Turizm	Öğretim Üyesi
Katılımcı 7	Erkek	29	Lise	Diğer	Memur/ Mihmandar
Katılımcı 8	Bayan	41	Lisans	Diğer	Şube Müdürü
Katılımcı 9	Erkek	47	Lisansüstü	Turizm	Öğretim Üyesi
Katılımcı 10	Bayan	45	Lisansüstü	Turizm	Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Alan Şefi/ Öğretmen
Katılımcı 11	Erkek	39	Lisans	Diğer	Genel Sekreter
Katılımcı 12	Erkek	40	İlkokul	Turizm	Yiyecek İçecek Müdürü
Katılımcı 13	Erkek	42	İlkokul	Turizm	Mutfak Şefi
Katılımcı 14	Erkek	37	Lisans	Diğer	Genel Sekreter Yardımcısı
Katılımcı 15	Bayan	29	Lisans	Diğer	Memur
Katılımcı 16	Erkek	39	Lisans	Diğer	Seyahat Acentesi Yetkilisi
Katılımcı 17	Erkek	55	Lisans	Diğer	Belediye Başkan Yardımcısı
Katılımcı 18	Bayan	38	Lisans	Diğer	Kültür ve Sosyal İşler Müdürü
Katılımcı 19	Erkek	47	Lisans	Diğer	Basın Yayın Birim Sorumlusu
Katılımcı 20	Erkek	42	Lisans	Turizm	Yiyecek İçecek Müdürü
Katılımcı 21	Erkek	29	Lise	Turizm	Yiyecek İçecek Müdür Yardımcısı
Katılımcı 22	Erkek	48	Lisansüstü	Turizm	Öğretim Üyesi
Katılımcı 23	Erkek	39	Ön Lisans	Turizm	Yiyecek İçecek Müdürü
Katılımcı 24	Bayan	39	Lisansüstü	Turizm	Öğretim Üyesi
Katılımcı 25	Erkek	49	Lisans	Turizm	Öğretim Görevlisi

4.1.2. Katılımcıların Çalışma Sürelerine İlişkin Bulgular

Betimsel analizde kullanılmak üzere araştırmanın ikinci teması “Katılımcıların çalışma süreleri” olarak belirlenmiştir. Çalışma süresi temasına bağlı olarak oluşturulan alt temalar ise şunlardır:

Katılımcıların Çalışma Süreleri

- Toplam Çalışma Süresi
- Afyonkarahisar’daki Çalışma Süresi

Toplam Çalışma Süresi

Tablo 12’de görüldüğü üzere katılımcıların toplam çalışma süreleri 5-30 yıl arasında değişmektedir. Paydaşlardan ikisi 5-10 yıl, yedisi 11-20 yıl ve on altısı 21-30 yıl arasında mesleki tecrübeye sahiptir.

Afyonkarahisar’daki Çalışma Süresi

Katılımcıların Afyonkarahisar’daki çalışma süreleri 6 ay ve 30 yıl arasında değişmektedir. Paydaşlardan üç adedi 1 yıldan az, dört adedi 1-5 yıl, dört adedi 6-10 yıl, on adedi 11-20 yıl ve dört adedi 21-30 yıl arasında Afyonkarahisar’da çalışmaktadır. 1 yıldan az çalışan iki katılımcının çalıştıkları işletme 2016 yılında açılmıştır. 1 yıldan az çalışan diğer katılımcı ise işletme tarafından kendisine sunulan iş teklifini kabul ederek Afyonkarahisar’da çalışmaya başladığını belirtmiştir. Afyonkarahisar’a iş nedeniyle farklı şehirlerden gelen ve yerleşen katılımcıların sayısı 13 olup, söz konusu katılımcıların Afyonkarahisar hakkındaki düşüncelerinin olumlu olduğu, bölgede turizm sektörünün 5-10 yıl içerisinde daha çok gelişeceği konusunda fikirlerinin bulunduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların Afyonkarahisar’daki çalışma sürelerinin sorgulanmasının sebebi, toplam çalışma süreleri içerisinde ne kadar yılın Afyonkarahisar’da geçtiğini öğrenmektir. Ayrıca Afyonkarahisar’da uzun yıllar çalışan katılımcıların, Afyonkarahisar hakkında bilgi düzeylerinin yüksek olduğu düşüncesi de etkili olmuştur. Tablo 12’de Afyonkarahisar’daki çalışma süreleri yer almaktadır.

Tablo 12. Katılımcıların Çalışma Süreleri

Toplam Çalışma Süresi		Afyonkarahisar'daki Çalışma Süresi	
5-10 yıl	2	1 yıldan az	3
11-20 yıl	7	1-5 yıl	4
21-30 yıl	16	6-10 yıl	4
		11-20 yıl	10
		21-30 yıl	4

4.1.3. Katılımcıların Afyonkarahisar Hakkındaki Görüşleri

Betimsel analizde kullanılmak üzere araştırmanın üçüncü teması “Katılımcıların Afyonkarahisar hakkındaki görüşleri” olarak belirlenmiştir. Bu kısımda alt tema oluşturulmamış, soruya verilen cevaplar sunulmuştur. Afyonkarahisar hakkındaki genel düşüncelerini öğrenmek amacıyla bütün katılımcılara “Afyonkarahisar’ı daha önce duymamış ve ziyaret etmemiş bir kişiye nasıl tarif edersiniz?” sorusu yöneltilmiştir. Söz konusu soruya verilen cevaplardan öne çıkanlar aşağıda sunulmuştur.

Katılımcı 1; *“Afyon hem kültürel anlamda gezilmesi ve görülmesi gereken lokasyonlardan bir tanesidir. Sadece sucuk, kaymak, lokum olarak bakmamak lazım. Zaten biz şirket olarak da bireysel de öyle bakmıyoruz, her şey burada sucuk, kaymak ve lokumdan ibaret değil. Esas ağırlıklı olanı sucuk, biz o tarafından değil de; Frig vadisi, kale, eski kalenin altındaki evler vs. çevre ile beraber baktığımız zaman hakikaten termal suyun yanında turizmde geniş bir perspektife sahip esasında.”*

Katılımcı 3; *“Afyon’u tarif edebileceğim tek şey termal turizm. Halk zaten sucuk ve kaymağı biliyorlar ama duyulmamış olan termal turizmle tarif etmeye çalışırdım müşteri kazanmak için.”*

Katılımcı 4; *“Afyon’un kaymağı ve sucuğundan bahsederek tarif ederim.”*

Katılımcı 6; “Ben şöyle söylüyorum aslında, Afyon’a ilk gelen öğrencilere de aynı şeyi söylüyorum ya da 1-2 yıl kalmış ama Afyon’da hiçbir şey yok diye yakınan öğrenci arkadaşlara aynı şeyi söylüyorum. Afyonkarahisar aslında nasıl söyleyeyim, kültürel olarak, yemek kültürü açısından da sosyal açıdan da kendini çok göstermeyen bir il aslında. Yani yemek kültürü, Afyon mutfağı diye bir kitap yazdık, o zaman çok daha iyi anlaşıldı ama aslında yemek kültürüne sahip bir il. Aynı zamanda gerçekten yolların kesiştiği yer olarak, tarihsel açıdan çok önemli olan bir il.”

Katılımcı 7; “Kaymak, sucuk, lokum, Afyon Kalesi, Kocatepe Şehitliği, Frig vadisinden bahsederim. Afyon kalesinin tarihini anlatırım, Afyon’un manevi değerini anlatırım. Termal turizmden bahsederim.”

Katılımcı 8; “Her ne kadar haritada coğrafi olarak Ege Bölgesi’nde yer almasına rağmen Afyonkarahisar, İç Anadolu iklimini yansıtır, geceleri çok soğuk olur, gündüzleri ılık olur, dört mevsimi yaşar ama kültürel olarak da iklimsel olarak da İç Anadolu’yu yansıtır. Manevi değerlerine bağlılığıyla hem geleneklerine bağlılığıyla ne kadar modernleşse de geleneklerini yaşatmada Ege’de en önemli illerden bir tanesidir.”

Katılımcı 9; “Meşhur slogan var ya, termalin, lezzetin, sağlığın, tarihin, zaferin başkenti o şekilde.”

Katılımcı 11; “Termal, kış memleketi olmasına rağmen hava kirliliği az olan, ulaşımın çevreye kolay olduğu, Antalya, Konya, Denizli vs. illere çok rahat ulaşılabilen bir şehir olarak tarif ederim.”

Katılımcı 12; “Kendi mesleğimle ilgili tarif ederim. Kaphıcaları ile kendini çok iyi geliştirmiş son zamanlarda. 3-4 yıldır ciddi turizm yatırımlarıyla, doğal

kaynağı olan suyu, Frig vadisi, kalesi ve tanınmış birkaç otelinden bahsederim. Ciddi bir üniversite yatırımı var burada, ondan da bahsederim.”

Katılımcı 13; “Afyonkarahisar aslında çok şanslı, Türkiye’de kimsenin Afyonkarahisar’ı duymama gibi bir ihtimali yok. Türkiye’de termalcilik Oruçoğlu ile başladı. Termal otel dediniz mi Oruçoğlu vardı. Termalcilik dediniz mi Afyon akla gelir, sucuk zaten meşhur. Kayseri denince akla pastırma geliyorsa Afyon’da sucuk. Kaymak meşhur olduğu için kaymaklı lokum üretiliyor ve gayet başarılı.”

Katılımcı 15; “Çok kendini aşamamış, pazarlayamamış, reklamını yapamamış, ürünlerini tanıtamamış bir yer olarak tarif ederim. Ama illerin kavşak noktası, bunu değerlendirmesi lazım.”

Katılımcı 16; “Afyonumuz küçük bir yer, şöyle tarif ederiz. Afyon’un şu anda halen doğal bir ortamı var, gelişmemiş, yeni yeni termal turizmden dolayı gelişmeye başladı. Gelişmemiş derken mermer sektörü, gıda sektörü vardı, sonra termale ağırlık verildi ve son zamanlarda termal iyice gelişti. Eski yapı evlerimiz var, yemek kültürümüz zengindir. Kaymaklı ekmek kadayıfı, Afyon kebabı çok meşhurdur. Afyon’a gelen misafirlerimize ve özel günlerde Afyon kebabı yapılır. Bu kültürü yaşatmaya çalışıyoruz.”

Katılımcı 20; “Afyon çok şanslı illerden bir tanesi olduğunu söyleyebilirim, neden dersek, kavşak noktasında olması ve çok fazla kişinin bu yolu kullanması, burada bir popülasyon yaratması. Sıcak suyu ve soda diye tabir ettiğimiz içme suyu olmak üzere şanslı şehir olarak bahsederim.”

Katılımcı 21; “(…) Turizmin yoğun yaşandığı yerlerde dışarıdan bakıldığı zaman insanlar şöyle düşünüyor olabilirler. Tüm personelin %90-%100’ü tam profesyonel, tam bilgili, tam yetenekli, evet bizim çalıştığımız bölgelerde de %40-50

civarında profesyonel ve tam yetkili, tam bilgili personel var, geri kalan %50 personel ara işlerde çalışan, tamamlayıcı, asiste eden personel yapısı var, burada da öyle bir durum söz konusu, yani Akdeniz otelciliğinden ya da sahil otelciliğinden çok da kötü bir personel yapısına sahip değil, öncelikle onu söyleyebilirim. Oraya gittiğinizde insan konusunda, istihdam konusunda çok zorlanmayacaklarını anlatabilirim, buraya gelecek, bu mesleğin içinde olan insanlara. Misafir olarak gelecek insanlara da, biliyorsunuz insanların tatile gittiklerinde en önem verdikleri şeylerin ilki, personelin iletişim şekli, kibarlığı, nezaketi, yönlendirme şekli, ikinci olarak tükettiği ürünler yani yiyecek ve içecekler. Yiyecek ve içecek konusunda, tabii bölge olarak bir yemek kültürü olan bir toplum Afyon toplumu. İşte buraya gelen insanlar çok rahat bir dana tandır, kuzu tandır, keşkek, bamya çorbası, kadayıfı yiyebilir. Kendi mutfak kültürü olan bir toplum Afyon toplumu. O yüzden insanlara yemek konusunda çok zorlanmayacaklarını, istedikleri lezzeti, istedikleri ürünü, istedikleri tadı bulacaklarından %100 emin olacaklarını anlatırım.

Katılımcı 22; “Meşhur sloganıyla herhalde, yani kaymak, sucuk, haşhaş, kale, temel olarak bunları söylerim.”

Katılımcı 25; “Yolların kavşağında, her yere ulaşımın kolay, kültürel anlamda zengin, branşım olduğu için yeme içme alanında da farklı lezzetlerinin olduğu, görülmesi gereken bir yer olarak tarif ederim.”

4.1.4. Afyonkarahisar’ın Sahip Olduğu Değerlerin Turizm Sektöründe Kullanılabilirliği

Betimsel analizde kullanılmak üzere araştırmanın dördüncü teması “Afyonkarahisar’ın sahip olduğu değerlerin turizm sektöründe kullanılabilirliği” olarak belirlenmiştir. Bu temaya bağlı olarak oluşturulan alt temalar ise şunlardır:

Afyonkarahisar’ın Sahip Olduğu Değerlerin Turizm Sektöründe Kullanılabilirliği

- Afyonkarahisar’ın Temel Turizm Türü

- Afyonkarahisar’ın Alternatif Turizm Türleri
- Afyonkarahisar’da Geliştirilmesi Gereken Alternatif Turizm Türü

Afyonkarahisar’ın Temel Turizm Türü

Paydaşlar ile yapılan görüşmelerde Afyonkarahisar’ın temel turizm türü hakkında bilgi edinmek amacıyla sorulan soruda, katılımcıların tümü Afyonkarahisar’da termal turizmin veya sağlık turizminin etkin olduğunu belirten cevaplar vermişlerdir. Bazı katılımcıların cevapları aşağıda sunulmaktadır.

Katılımcı 1; *“Afyonkarahisar tabii ki termal suyla öne çıkıyor. ‘Termalin Başkenti’ sloganı var zaten. Bu anlamda ilk başta termal suyla öne çıkıyor. İnsanların geliş amacı bu su. Sudan sonra bir sürü faktörü sayabiliriz. Sudan sonra sucuk, kaymak, daha bir sürü şey aslında. Sakala çarpan çorbası, keşkeği, tandırı, bükmesi, ağzı açığı, daha bunun gibi birçok şey. Tarihi güzellikleri de sayabiliriz. Bunlar esasında bir bütün. Bir yere gittiğinizde ne istersiniz? İyi bir yerde kalmak istersiniz, deniz-kum-güneş ise iyi bir sahili olan iyi bir otelde kalmak istersiniz. Buradaki olgu termal suysa -evet buradaki otellerin hepsinde termal su var- iyi bir tesiste kalmak istersiniz, iyi bir şeyler yiyip içmek, iyi dinlenebilecek bir yer tercih edilir ve iyi bir çevre, kültürel bir gezi planlarsınız esasında. Hani deniz olmayan bir yere gittiğiniz zaman, Nevşehir’e gittiğinizde ne yapıyorsunuz? İllaki bir peribacalarını vs. ziyaret ediyorsunuz ama şimdi Afyon’da Frig vs. koymak lazım, Nevşehir gibi.”*

Katılımcı 2; *“Afyon sağlık turizmi ile ön plana çıkmakta.”*

Katılımcı 8; *“Termal turizm birinci sırada, sağlık turizmi termal turizmin getirdiği bir şey. Sağlık turizminde başarılı oluyor diyemeyiz. Otellerimizde termal turizm tam anlamıyla yapılıyor ama sağlık turizmi anlamında, profesyonel anlamda mevcut değil, tedavi amaçlı geldiği zaman, hakikaten tedavi oluyorum diyemez. Üniversitenin fizik tedavi hastanesi haricinde şu an benim tam anlamıyla iyi diyebileceğim tesis şu an yok, geliştirmekte diyebiliriz.”*

Katılımcı 10; “İlk etapta termal turizmde ön planda.”

Katılımcı 13; “Türkiye’de termal olarak tanınmış bölge olmasına rağmen buranın dezavantajı şu; dış piyasaya çalışmıyor. Tesisleşme düzeyi yüksek. Türkiye’de büyükşehir olmayıp da 5 yıldızlı otelin en fazla olduğu yer burası. Sandıklı ilçesinde üç tane 5 yıldızlı otelin bulunması çok önemli bence. Bu üç otelin toplam yatak kapasitesi 3000, 450 işçiye gelir veriliyor.”

Katılımcı 18; “Termal.”

Katılımcı 21; “Büyük bir nimeti var buranın, termal dediğimiz hiçbir insan etkisine kalmadan, yaratılıştan olan bir toprak gücü var, termal suyu var ve zannediyorum ki Türkiye’nin en kaynar suyu, 100 dereceye yakın bir su çıkıyor. Sıcaklık seviyesi yüksek ve katkı moleküllerinin en yüksek olduğu su, bir nimet ve Afyon halkı bu nimeti yatırımlarla değerlendirmeli, bizim otelimiz yerli bir yatırım, önümüzdeki 5 yıl içerisinde çok büyük otellerin, Hilton gibi, Sheraton gibi -burada Güral var Güral da büyük bir şirket- büyük şirketlerin gelip buralara termal tesisler yapıp Afyon’un 5 sene sonra başka bir aurasının olacağından, başka bir görüntüsü olacağından eminim. Afyon ülkemizin geçiş noktası, küçük bir şehir dışında herkesin termal turizmin başkenti olarak yer alacağına %100 eminim.”

Katılımcı 23; “Termal turizm bölgede çok gelişmiş.”

Afyonkarahisar’ın Alternatif Turizm Türleri

Paydaşlar ile yapılan görüşmelerde Afyonkarahisar’ın alternatif turizm türleri hakkında bilgi edinmek amacıyla sorulan soruda, katılımcılar Afyonkarahisar’da alternatif turizm türlerinin çeşitliliğinden bahsetmişlerdir. “Afyonkarahisar’ın sahip olduğu alternatif turizm türleri hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?” sorusuna katılımcıların verdiği cevaplar aşağıda sunulmaktadır.

Katılımcı 1; “Daha da yüklenilmesi gereken, daha da odaklanması gereken bir konu. Sonuçta su var, elinizdeki değerlerin değerini biliyorsunuz, o zaten cebinizde. Önemli olan yarı değerinde olan şeyleri tam değere çıkarmak. Termal suyunuz var cepte, çok iyi bir yiyecek içecek ve gastronomik durumunuz var. Bir Gaziantep kadar olmasa da Gaziantep’e yakın şekilde bir sürü olanak var, bu da var, bu konuya da biraz yüklenilmesi gerekiyor. Daha sonra diğer faktörlere yüklenildiği zaman, kültürel ve çevresel faktörlere yüklenildiği zaman en azından turizm bir genel olgu olarak hakikaten olması gerektiği yere gelir.”

Katılımcı 2; “Afyonkarahisar’da hem tarihi değerler var hem kültürel değerleri var hem de jeotermal kaynakları var. Mesela Afyon’un en eski yerlerinden birisi Çavuşbaşı’tır. Yani orada tarihi kalıntılar daha fazla, şu anda turlar var. Afyon otellerine ücretsiz turlar var, misafirlere tarihi yerleri gezdiriyorlar. Tüm otellerden geziye gitmek isteyen misafirleri toplayıp tarihi yerleri tanıtırlar, katılım çok oluyor ve ilgililer.”

Katılımcı 6; Afyonkarahisar kültür turizmi açısından çok değerli bir il, ön plana çıkarılabilir, eko-turizm ön plana çıkarılabilir. Zafer haftası etkinlikleri tüm ülkeye yayılabilir. Zaferin kazanıldığı topraklar ama gelen öğrencilerden de hep duyuyorum, daha önce yoğun olarak bilmiyorlar. Kocatepe diye Özdilek alışveriş merkezinin arkasındaki anıtı biliyorlar, Kocatepe’yi bilmiyorlar ya da Karahisar Kalesi ile karıştırıyorlar genellikle, aslında bilmiyorlar. Mermeri, sucuğu, lokumu o da yol güzergâhında olduğu için tanınıyor. Bence doğal ve tarihi güzellikleri ile tanınmıyor.

Katılımcı 8; “Kültür turizmi, doğa turizmi için Akdağ çok uygun, spor turizmi için sahamız Avrupa standartlarında, tesislerimiz ful çekiyor karşılaştırmalar olduğu zaman. Konya’dan sonra ikinci Mevlevihane, camiler ve türbeler çok. Özellikle türbeleri bilip de ziyaret eden çok kişiler var. Bursa, Konya, Afyon üçüncü sırada yer

alır türbelerde diye düşünüyorum. Sokak sağlıklılaştırması hakkında bir çalışma var, belediye ve bakanlık işbirliği içinde, sokaklarda satış yapılmasını sağlayacak, Beypazarı gibi bir proje var şu an.”

Katılımcı 9; “Tarihi değerleri var, bunlar öncelikle savaş alanları ve şehitlikler. Onun dışında kültürel alanlar var, özellikle Frig vadisi ilk aklıma gelen, diğer doğal alanları var, Akdağ tabiat parkı, onun dışında şehir içerisinde tarihi mekânlar var, işte bazı camiler, müzeler bunların içerisinde bahsedilebilir. Yine termal turizme hitap eden dört turizm merkezi var. Buradaki tesisleşmiş olan üst yapı yatırımları var. Ayrıca bir de lezzeti var tabii ki, yani yemekleri var, gıda endüstrisinde de önde, işte lokum, sucuk gibi markalaşmış ürünler ile çekicilik yaratabilir. Tarih turizmi, kültür turizmi bunlarla desteklenebilir.”

Katılımcı 10; “Konya’da sonra ikinci Mevlevihane olması, kavşak noktada bulunması, geçen kişilerin sayısını düşünürsek, hem tarihiyle hem kültürüyle birde turizm olarak jeotermalı koyarsak, birde gastronomiyi ilave edersek, halk oyunlarından tutun da kalemize kadar, mevlevihanemize kadar, bunun yanında sanayi sektöründe mermerimize kadar bir sürü dokusuyla Afyon son zamanlarda gelişme kaydetti. Ulaşılabilirliği arttırması nedeniyle bence Afyon daha da ilerleyebilir.”

Katılımcı 22; “Termal turizmden potansiyelinin olduğu zaten biliniyor. Bunun dışında örneğin; inanç turizmi potansiyeli var, eko-turizm potansiyeli var, savaş alanları turizmi potansiyeli var, bence alışveriş turizmi potansiyeli çok yüksek Afyonkarahisar’ın. Gastronomi açısından da -biz Afyonkarahisar yemek kültürüyle ilgili bir çalışma yaptığımız için- zengin bir mutfacı var, yani Türkiye’nin ilk 3-5 şehriden biridir. Bir kere özellikleri var, yani mesela haşhaşı var, hamur işleri çok iyi olan bir şehir, bunu değerlendirmeye başladılar son dönemde. Ama Afyon’da turizm potansiyeli şu anda en iyi değerlendirilen termal turizm, yani termal turizm dışında savaş alanları turizmini değerlendirmek -bence ikinci en önemli kıymeti

Kocatepe'nin bulunduğu yer- ama bu konuda zayıf ama diğer turizm türlerinden alışveriş turizmi Afyon'da şu anda etkin olan, diğerleri değil yani.

Katılımcı 24; *“Bence Afyon'un potansiyeli çok büyük. Tarih anlamında zaten tarihi değerleri çok yüksek olan bir şehir zaten, bu belli. Onun dışında mermeriyle, termal suyuyla ve işte lezzetleriyle baktığımız zaman aslında birçok alternatif turizm çeşidine de ev sahipliği yapabilecek bir il. Yine alternatif turizm türlerinden kuş gözlemciliği gibi, şu son dönemlerde de futbol turizmine ev sahipliği ile birlikte, hani alternatif turizm çeşitleri açısından da çok zengin bir il ama ben tanıtım konusunda ve potansiyelini kullanma konusunda yetersiz olduğunu düşünüyorum. Özellikle tarih daha ön plana çıkarılabilir, dediğim gibi lezzetler ön plana çıkarılabilir gastronomi turizmi bağlamında. Tanıtım ve pazarlama konusunda eksiklikleri olduğunu düşünüyorum.”*

Katılımcı 25; *“Şimdi bence, Türkiye'nin değişik turizm bölgelerinde çalışmış biri olarak söylüyorum. Aslında potansiyeli çok fazla olan bir şehir olmasına rağmen bunu çok iyi değerlendirdiğini düşünmüyorum. Şöyle ki, örneğin Frig vadisi gibi bir seçeneği var, mesela dünyanın ilk müzik yarışması yapılmış Dinar ilçesi var. Kral yolu buradan geçiyor, Emirdağ, Bolvadin, Şuhut, Sandıklı, Dinar diye devam ediyor. Onun haricinde işte termal merkezi, mermer merkezi, yolların kavşağında yine her zamanki gibi. Dolayısıyla çok fazla potansiyeli var ama ben bu potansiyelin %20'sini ancak kullanabildiğini düşünüyorum. Dini turizm de burada kullanılabileceğini düşünüyorum. Mesela Mevlana denildiğinde akla Konya gelir ama burada Sultan Divani ve Zülali gibi Anadolu'nun önde gelmiş kişilerinin geldiğini ve buraya yerleştiğini biliyoruz. Ben de buraya gelince öğrendim, 9 sene önce, bunun da çok iyi değerlendirilmediğini düşünüyorum. Bu anlamda da kullanılabilir. Trekking için çok uygun parkurları var Afyon ve civarında, bu da çok değerlendirilebilir bir seçenek diye düşünüyorum.”*

Afyonkarahisar’da Geliştirilmesi Gereken Alternatif Turizm Türü

Afyonkarahisar’ın alternatif turizm türleri hakkında bilgi edinmek amacıyla sorulan soruda, katılımcılar Afyonkarahisar’da alternatif turizm türlerinden en çok kültür turizminin geliştirilmesi gerektiğinden bahsetmişlerdir. İkinci geliştirilmesi gereken turizm türü ise gastronomi turizmi olup, gastronomi turizminin geliştirilmesini tercih eden dört katılımcıdan üçünün bayan olduğu dikkati çekmiştir. Katılımcılardan iki tanesi alternatif turizm türünün geliştirilmemesi gerektiğini, mevcut olan termal turizme ağırlık verilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Katılımcıların çoğunluğu tercih ettikleri alternatif turizm türüne; kültür turizmi, inanç turizmi veya gastronomi turizmini de ilave etmişlerdir. Söz konusu katılımcılara “Bu alternatif türlerinden birini seçmek gerekirse hangisini tercih edersiniz?” sorusu sorulmuş ve verilen yanıt değerlendirmeye alınmıştır. Tablo 13’te geliştirilmesi tercih edilen alternatif turizm türleri yer almaktadır. “Size göre Afyonkarahisar’da hangi alternatif turizm türü ön plana çıkarılmalıdır?” sorusuna katılımcıların verdiği cevaplar aşağıda sunulmaktadır.

Katılımcı 1; “Şöyle ki, bizim de şirketimizin üstüne basa basa ilerlemek istediği yön wellness yani iyileşme. ‘Gelin, yenilenin, tazelenin’ diye bir sloganımız var mesela. Termalden sonra hemen bir tık sonra gelebilecek alternatif, sağlık durumu. En büyük faktör o. İnsanlar burada şifalı suyla beraber otel doktorumuzun termal uygulamalar hakkında çalışmaları var. Bunlar sağlıklı yaşam paketleri, beslenmesine kadar her şeyini tasarladığımız paketleri buraya gelen misafirlerimize sunmaktayız, paket almak isterlerse sabah kalkış saati, öğünlerde ne yiyeceği, tabi bunlar ezbere değil, kan testleri vs. yapılarak belirleniyor. Termal suyla beraber sağlık ve şifa bulma anlamında çok alt uygulamalar çıkıyor. Bunlara yüklenildiği zaman geri kalan saydığımız faktörlerle bir cazibe merkezi olabilir burası.”

Katılımcı 3; “Tatil amaçlı gelen insanlar çoğaltılabilir. Şu anda gelenler tedavi amaçlı gelen misafirler. Yayla turizmi olabilir, Sandıklı bölgesinde rahatlıkla bu turizmi geliştirebiliriz. Alternatif turizm çeşidi olarak yayla turizmi ve kültür

turizmini tercih ederim. İnsanlar farklılık istiyorlar, bir yerlere gitmek, bir şeyler görmek istiyor, tarihi yerleri görmek istiyor.”

Katılımcı 4; *“Bence termal turizmle devam edip bu konuda başarılı olması yetecek bu şehir için. Termal amaçlı gelen turist sayısı çok fazla.”*

Katılımcı 5; *“Yakında spor turizmi gelişecektir. Alternatif turizm spor turizmi olmalı.”*

Katılımcı 6; *“Termal turizmle beraber gidebilecek bir turizm türü olarak gastronomi turizmi olabilir. Eko-turizmde geliştirilmeli diyorum ama eko-turizmin müşteri grubu ayrı bir grup, o yüzden gastronomi turizmi 12 ay sürdüğü için olabilir. Afyon Mutfağı’nın kesinlikle tanıtılması gerektiğini düşünüyorum.”*

Katılımcı 10; *“Eko-turizm olabilir ki biz bunu Sandıklı’da araştırdık. Bunun yanında yöresel yemeklerin ikram edildiği tarihi ve kültürel evlerimiz var, onlar olabilir. Jeotermal turistler için günümüzde yeterli değil, bunun çeşitlendirilmesi gerekiyor. En güzeli eko-turizm çünkü istekler değişti, insanların huzurlu ortama ihtiyacı var. Yöresel yemeklerle de zenginleştirilirse cazibe merkezi olabilir.”*

Katılımcı 12; *“Gastronominin şöyle bir artışı olabilir. Burada çoğu otel kendi hayvanlarını kendi besliyor. Mesela bizim otelimizde kullandığımız etlerin tamamı kendi çiftliklerimizden geliyor. Gastronomiye önem verilirse ilerleyebilir. Kültür turizmi de ön plana çıkarılabilir.”*

Katılımcı 19; *“Spor turizmine yatırımlar arttığı için spor turizmi geliştirilmeli.”*

Katılımcı 22; “Gastronomi turizmi bunlardan birisi olabilir, daha fazla var geliştirilmesi gereken. Savaş alanları turizmi geliştirilmesi gerekiyor. Afyonkarahisar-Kocatepe, Türkiye Cumhuriyeti devleti tarihinde çok özel bir yer, yani Çanakkale’yi önemsiz görüyor olarak söylemeyeceğim. Mesela Çanakkale’nin bugün sahip olduğu itibar kadar itibara sahip olup, o şekilde savaş alanları korunması gereken bir destinasyon ve Çanakkale’den farklı bir dönemde, yazın oluyor, yani bence iyi bir potansiyeli var savaş alanları açısından ama değerlendirmiyoruz. Bunun yanında termal dışında ne var? Kongre var mesela, kongreyi de çekebilir ama değerlendirme boyutu zayıf Afyon’da. Alternatif turizm türleri geliştirilmek istenseydi benim tercihim savaş alanları turizmi olurdu.”

Tablo 13. Afyonkarahisar’da Geliştirilmesi Gereken Alternatif Turizm Türü

Alternatif Turizm Türleri	Cevaplayan Katılımcı Sayısı
Kültür Turizmi	11
Gastronomi Turizmi	4
Savaş Alanı Turizmi	1
Yayla Turizmi	1
Eko-Turizm	2
Wellness Turizmi	1
Spor Turizmi	3
Termal Turizm	2
Toplam	25

4.1.5. Katılımcıların Turist Profilleri ve Seyahat Motivasyonları Hakkındaki Görüşleri

Betimsel analizde kullanılmak üzere araştırmanın beşinci teması “Katılımcıların turist profilleri ve seyahat motivasyonları hakkındaki görüşleri” olarak belirlenmiştir. Bu temaya bağlı olarak oluşturulan alt temalar ise aşağıda sunulmaktadır. Bu temadaki sorular tüm katılımcılara yöneltilmemiş, sadece turizm işletmelerinde çalışan katılımcılara, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü personeline ve eğitimcilere yöneltilmiştir. Toplam 18 katılımcı beşinci temadaki soruları cevaplamış, sadece bir katılımcıya turistlerin bilgi kaynakları ve geliş amaçları ile

ilgili soru sorulmuş, turist profili ile ilgili güncel bilgi veremeyeceğini bildiren katılımcıya diğer alt temalar sorulmamıştır. Tablo 14’te katılımcıların verdiği cevaplar sunulmaktadır. Eğitimcilerin konu hakkında görüşlerinin alınmak istenmesinin sebebi; yapmış oldukları araştırmalarda söylemler ve sonuçlar arasındaki farkı tespit etmektir. Sonuç olarak turizm işletmelerinde çalışan on adet katılımcıya, iki adet İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü personeline ve turizm alanında eğitim veren altı adet eğitime sorular yöneltilmiştir. Bu temada turizm işletmelerinde çalışan üst düzey yöneticilerin görüşleri ayrı sunulmuştur. Bunun sebebi turizm işletmelerinde çalışan katılımcıların turist profillerine ilişkin görüşlerinin daha güncel olacağı düşüncesidir.

Katılımcıların Turist Profilleri ve Seyahat Motivasyonları Hakkındaki Görüşleri

- Bilgi Kaynakları
- Geliş Amaçları
- Milliyet
- Seyahat Şekilleri
- Konaklama Süreleri
- Seyahat Motivasyonları

Bilgi Kaynakları

Turistlerin bilgi kaynaklarını öğrenmek amacıyla sorulan soruya turizm işletmelerinde çalışan katılımcıların bazılarının vermiş oldukları cevaplar aşağıda sunulmuş olup, cevaplar grup oluşturulabilecek niteliktedir. Katılımcı 1, Katılımcı 2, Katılımcı 4 “İnternet-sosyal medya”, Katılımcı 3 “Önceki ziyaret”, Katılımcı 5, Katılımcı 13 ve Katılımcı 21 “Tavsiye”, Katılımcı 12, Katılımcı 20 ve Katılımcı 23 “Acente” şeklinde ifade etmişlerdir. Tablo 14’te on sekiz katılımcının cevaplarının dağılımı yer almaktadır.

Katılımcı 1; “Esasında bu işin şu anda en çok kullanıldığı taraf sosyal medya. Bizim şirketimizin sosyal medya takipçisi otelcilik sektöründe birinci sırada, yaklaşık 100 bin takipçisi olan bir profilimiz var. En büyük nokta şu anda bence sosyal medya. Acenteler de çok etkili tabii ki, insanların arkadaşlarıyla birbirlerine söylemleri çok önemli.”

Katılımcı 2; “En yüksek internetten bakıyorlar, yorumları okuyorlar. Antalya’da denize sıfır mı, denize uzaklığı ne kadar diye araştırılıyor. Burada tam pansiyon çalışmadığını çoğu misafir biliyor. Burada araştırması gereken sıcak su; orijinal termal su mu, önemli olan bu. Acentelerin de etkisi büyük, iki çeşit grup var. Misafirler kendi aralarında grup oluşturup geliyorlar, bir de acenteye başvuruyorlar. Tedavi amaçlı toplanan birkaç grubumuz var, kendi aralarında 15-20 kişi toplanırlar, ararlar bizi, derler ki 15-20 kişiyiz fiyat nasıl olur, biz de komisyon olmadan fiyat veriyoruz, %15-20 indirim yapıp misafirleri ağırlıyoruz.”

Katılımcı 3; “%90 önceki ziyaret, acente ve sosyal medya da bu konuda oldukça etkili.”

Katılımcı 4; “Sosyal medya. Uçak seferleri olduğu takdirde daha çok insan geleceğini düşünüyorum.”

Katılımcı 12; “Acente. Gruplar bireysel geliyor. Yorumlara bakıp da gelen çok fazla misafir var.”

Katılımcı 20; “Acenteler biraz ön plana çıkıyor. Gazlıgöl’ün dünyadaki en iyi ikinci su olduğu ama yeterince insana ulaşmamış, yani sosyal ve yazılı basında yeteri kadar yer almadığını düşünüyorum.”

Katılımcı 21; “(....) Bir kere acente ve turların burada çok etkili olduğunu düşünmüyorum. Çünkü termal, alternatifi olan bir şey değil. İnsanlar termale gidecekse özellikle sağlıkla ilgili bir sorunu varsa, termal bir otel seçecekse, listenin başında %60-%70 Afyon var. Genellikle tavsiye etkili.”

Turistlerin bilgi kaynakları konusunda sorulan soruya Eğitmen ve İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü personellerinin vermiş olduğu bazı cevaplar aşağıda sunulmaktadır. Sekiz katılımcıdan üç adedi “Acente”, üç adedi “Önceki ziyaret”, bir adedi “Tavsiye” şeklinde ifade etmiş ve bir adedi bilmediğini belirtmiştir.

Katılımcı 6; “*Turistlerin bilgi kaynağı açıkçası acenteler diye düşünüyorum. Bir de arkadaş tavsiyesi de olduğunu düşünüyorum açıkçası.*”

Katılımcı 7; “*Acente ile gelen gruplar fazla, Kıbrıs’tan gelişler acente ile.*”

Katılımcı 8; “*Tavsiye. 40 yaş turistler önceki ziyaret ve tavsiyedir. Diğer kişiler ise internet.*”

Katılımcı 9; “Bence önceki ziyaretleridir. Çünkü konum itibariyle Afyon çok uğrak bir noktada olması münasebetiyle, bir vesile insanlar şehri kullanıyorlar, ya transit geçiyorlar ya böyle mola noktası olarak kullanıyorlar, öncelikle budur sonralıkla sanırım eş dosttan duymuş oldukları şeyler, tavsiyelerdir. Sonra belki sosyal medya, belki acente.”

Katılımcı 22; “Şimdi o konuda kesin bir cevap veremem. Şöyle; bir kere Afyon’un bir avantajı var, Afyon çok popüler ürünleri olan bir şehir. O açıdan tanınırlılığına onların katkı sağladığını düşünüyorum ve Afyon tabii coğrafi konum olarak ortada bir yer, termal bölgelerden en önemlisi olan Ömer Gecek güzergâh üzerinde, yani insanlar otellerin arasından geçerek gidiyorlar Afyon’dan. O açıdan

bölgenin tanınırlılığını, profilini ölçmek lazım. Yani onu ancak otellerden sağlıklı bilgi alınır. Yani hangi bölgelerden kimler geliyor, hangi dönemde geliyor? Bu da bir yıllık bir süreç, o açıdan net bir cevap veremem, yani bilmiyorum profilini.”

Geliş Amaçları

Turizm işletmelerinde çalışan katılımcılara turistlerin geliş amaçlarına yönelik soru yöneltilmiş olup, verdikleri cevaplar grup oluşturabilecek niteliktedir. Katılımcı 2, Katılımcı 3, Katılımcı 4, Katılımcı 12 ve Katılımcı 23 “Sağlık” olarak ifade ederken, Katılımcı 13 ve Katılımcı 20 “Termal”, Katılımcı 1 “Termal ve orta yol olması”, Katılımcı 5 ve Katılımcı 21 ise “Termal ve dinlenme” şeklinde ifade etmişlerdir.

Benzer şekilde turistlerin geliş amaçlarına yönelik sorulan soruya eğitmenlerin ve İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü personellerinin verdiği cevaplar grup oluşturabilecek niteliktedir. Katılımcı 7, Katılımcı 8, Katılımcı 10 “Termal”, Katılımcı 9 “Termal ve uğrak noktası” Katılımcı 6 ve Katılımcı 25 “Dinlenme”, Katılımcı 24 “Sağlık ve dinlenme” şeklinde ifade etmişlerdir. Katılımcı 22 ise konu ile alakalı net bilgi sahibi olmadığını, dolayısıyla bu soruya cevap veremeyeceğini belirtmiştir. Tablo 14’te on sekiz katılımcının cevaplarının dağılımı yer almaktadır.

Turizm işletmelerinde çalışan katılımcılar ve İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’nde çalışan katılımcılar geliş amaçları olarak çoğunlukla “Sağlık ve termal” olarak ifade ederken, eğitimcilerin “Termal aracılığıyla dinlenme” olarak ifade ettikleri anlaşılmış, dolayısıyla dinlenme faktörü ön plana çıkarılmıştır. Eğitimcilerin turist profilleri konusunda yapmış oldukları araştırmalara göre cevap verdikleri, konu ile ilgili net cevap vermekten kaçındıkları gözlemlenmiştir. Bazı eğitimcilerin cevapları aşağıda sunulmaktadır.

Katılımcı 6; *“Geliş amaçları öncelikle dinlenmek, bunu da termalle sağlıyorlar, bir farklılık yapmak istiyorlar, termal turizmi merak edip geliyorlar, toplantı, iş amaçlı gelen misafir de çok. Bende müşterilere yönelik yaptığım ankette iş amaçlı gelenler çok var.”*

Katılımcı 22; “Geliş amaçları ile ilgili olarak biz bir çalışma yapmıştık, şu kitapta hatta Türkiye turizm coğrafyası kitabında. Yani geliş amaçları herkes sağlık sağlık diyor da, bizim yaptığımız kitapta otellerdeki konaklama süresi 1,8 gün çıktı. Şimdi sağlık olsa bu adamların ortalama iki hafta burada kalmaları gerekmiyor mu? Vardır belki kalan da oranı ne kadar? Onu da otellerden sağlıklı şey verilir. Bizim hamam kültürümüz var bence, geliş amaçları arasında önemli belirleyicilerden bir tanesi o.”

Katılımcı 24; “Geliş amaçları daha çok, yani sağlık amaçlı gelenlerde fazla ama bunun yanı sıra hani merak ettikleri için, yani sonuçta kavşak noktası Afyon. Dolayısıyla şehirlerarası geziler sırasında da durak noktası niteliğinde, o yüzden gününbirlik konaklamalarında olduğunu söylemişlerdi daha önceki yaptığımız araştırmalarda. Ve bende daha önce Afyon’a gelen turistlerin profili ile yaptığım araştırmada çok da yaşlı olmayan, yani üçüncü yaş beklerken sonucu, orta yaş konukların sayısı daha fazla çıkmıştı. Orta yaş ve genç yaş. Tabii şu an profile tekrar bakmak lazım ama genel olarak sağlık ve dinlenme amaçlı konakladıkları sonucu çıkmıştı. Tabii onları güncellemek lazım.”

Milliyet

Turistlerin milliyetleri ve geliş yerleri hakkında bilgi almak amacıyla üç adet soru sorulmuştur. Katılımcılara yerli mi yoksa yabancı turistin mi ağırlıkta olduğu, yerli turistlerin en çok hangi ilden geldikleri ve yabancı turistlerin en çok hangi ülkeden geldikleri sorulmuştur. Bir katılımcı turist profilleri hakkında güncel bilgi veremeyeceğini ifade etmiş olup, söz konusu katılımcıya turist profilleri ile ilgili soruların sorulmasına devam edilmemiştir. Soruyu cevaplayan 17 katılımcının tümü Afyonkarahisar’da yerli turistin ağırlıkta olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcılara en çok hangi illerden yerli turist geldiği sorulmuş, genellikle Türkiye’nin her şehrinden turist geldiğini belirterek, birden fazla şehir adı vermişlerdir. İlk verilen şehir adı değerlendirmeye alınmıştır. Dokuz katılımcı turistlerin en çok İstanbul’dan geldiklerini, iki katılımcı Gaziantep’ten geldiklerini, bir katılımcı Adana’dan

geldiklerini, bir katılımcı Konya'dan geldiklerini, bir katılımcı Mersin'den geldiklerini, bir katılımcı Uşak'tan geldiklerini, bir katılımcı İzmir'den geldiklerini, bir katılımcı Artvin'den geldiklerini belirtmişlerdir. Yabancı turistlerin en çok geldiği ülkeler ile ilgili soruda ise altı katılımcı Almanya cevabını vermiştir. Bu konuda hem turizm işletmelerinde çalışan katılımcıların hem İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü personellerinin hem de eğitimcilerin, verileri Afyonkarahisar için genellemedikleri gözlemlenmiştir. Turizm işletmelerinde çalışan tüm katılımcılar çalıştıkları otele göre değerlendirme yapmış, Afyonkarahisar için bir genelleme yapamamışlardır. Bu açıdan turistlerin geliş yerleri ile ilgili kapsamlı bilgiye ulaşmak mümkün görünmemektedir. Konu ile alakalı bazı katılımcıların vermiş oldukları cevaplar aşağıda yer almaktadır.

Katılımcı 1; *“Bizim bir yabancı profilimiz vardı fakat Nevşehir'deki terör saldırısıyla Koreli bir turist grubu artık gelmiyor. %95 Yerli turist geliyor. İstanbul, Bursa, İzmir, Antalya, Gaziantep, Adana, Kayseri. Bizim kongrelerimiz oluyor. Kışın Antalya'daki turizmciler çok fazla geliyor. Otel sahipleri, üst düzey yöneticiler, kışın o portföyü de ağırlıyoruz burada. Bizim şu anda Azerbaycan ile bir çalışmamız var. Kazakistan ile bir çalışmamız var. Buradaki mermer firmalarının çalıştığı yurt dışı misafirleri genelde kalıyor burada. Şu anda otelde 12-13 oda yabancı misafirlerimiz var.”*

Katılımcı 2; *“Yerli turist. En çok İstanbul. Bizim çalıştığımız ülke Kırgızistan, bir anlaşma yaptık, sağlık turizmi ile alakalı, Kırgız misafirlerimiz buraya gelmekte hatta Kırgız personellerimiz bile var. Azerbaycan'dan da turist var. Yurt dışından gelen turistlere tarihi yerleri otel olarak biz kendimiz gezdiriyoruz.”*

Katılımcı 3; *“İkisi de mevcut ama yerli turist daha çok. En çok Adana, Ankara, Antalya, İstanbul, İzmir. Yabancı ülke en çok Japonya ve Rusya.”*

Katılımcı 4; “Yerli turist ağırlıklı, yabancı turistleri de yavaş yavaş ağırlıyoruz. En çok Gaziantep, Adana, Şanlıurfa, Konya, Eskişehir. Şu an İran Fuarı’na katıldık. Buradan turistler gelecek. Özbekistan’dan da gelecekler var.”

Katılımcı 5; “%99 yerli. Gaziantep grup halinde geliyor. Türkiye genelinden geliyor misafirler. İnsanlar Antalya’ya yazın tatile gidiyorlar. Antalyalılar kışın tatili burada yapıyorlar. Yurtdışındaki Türkler geliyor. Belçika çok.”

Katılımcı 6; “Yerli turist. En çok İstanbul, Ankara gibi büyükşehirlerden gelişler var. Bir de termal turizmin çok fazla gelişmediği yerlerden geliyorlar. Yabancı turist geldiğini zannetmiyorum. Almanya, Belçika, Hollanda’dan Türk olup yabancı vatandaşlarımız geliyor.”

Katılımcı 7; “Yerli turist. Türkiye’nin her yerinden insanlar geliyor, Doğu hariç. Doğu’dan gelmiyor. En çok İstanbul. Yabancı turist termale çok fazla gelmiyor, yabancılar Frig vadisine, arkeoloji müzesine geliyor.”

Katılımcı 9; “Yerli turist. Tahmin ettiğim kadarıyla Konya’dan çok geliyor. Antalya’dan, Adana’dan çok geliyor. Yine Ankara, Bursa, Eskişehir gibi yerlerden de geldiklerini biliyorum. Yabancı turist sayısı zaten yok denecek kadar az olduğunu biliyorum ama yurtdışında yaşayıp da burada kalan bizim gurbetçi diye tabir ettiğimiz insanlar var. Onlar da özellikle bu bölgede Belçika, Almanya, Fransa, Hollanda, bu dört ülke.”

Katılımcı 10; “Yerli turist. En çok Mersin, Konya, Ankara. Yabancı turist genelde Türk vatandaşı oluyor. En çok Almanya, Belçika, Fransa.”

Katılımcı 12; “Yerli turist. Uşak, Eskişehir, Isparta, Mersin, İstanbul, Antalya, Ankara. %85 gurbetçiler, %15 yabancı turist. Almanya ve Güney Afrika.

Yabancılar Afyon'u kötü bildikleri için değil, Afyon'un yurt dışına açılmadığı için. Bildiğim kadarıyla Almanya'ya 3 milyon turist termal amaçlı gidiyor. Almanya'nın hiçbir şekilde doğal suyu yok, bildiğim kadarıyla normal su ama sağlık üzerine çok iyi otelleri var, biz hiç reklam yapmıyoruz. Bildiğim kadarıyla birkaç otel acente aracılığıyla Almanya'da fuarlara katıldılar, tanıtım olmadığı için yabancı turist gelmiyor."

Katılımcı 20; "Yerli turist termal amaçlı geliyor, yabancı turistlerin sayısı bayağı düşük. En çok İstanbul, Ankara, Hatay, İzmir, Şanlıurfa."

Katılımcı 21; "Yerli turist çalışıyoruz %90. Sadece Afyon bölgesiyle ilgili değil, ülkemizdeki tüm turizm alanlarıyla ilgili, Arap misafir yoğunluğu son 3 yıldır baş göstermekte, bunu nasıl görüyoruz? Rus ve Avrupa pazarının krizden dolayı yavaşlıyor oluşu, Ortadoğu pazarını hızlı bir şekilde ülkeye soktu. İşte Ege Bölgesi ve Akdeniz Bölgesi pastadan büyük bir pay alırken, sıçrama dediğimiz yani insanların merak amaçlı görmek istedikleri alanlardan bir tanesi de Afyon ama Arap misafir portföyümüz de var %5-%10 kadar. Önümüzdeki dönemlerde bunun da artacağını düşünüyorum, lokasyon genişledikçe turist sayımızda artacaktır mutlaka (....). Misafir portföyüne gelince ülkenin 81 ilinden burada misafir ağırlayabiliyoruz. Çünkü özellikle misafir portföyümüzün %60'ından fazlası 50 yaş ve üzeri, yani termal suya sağlık olarak ihtiyacı olan insanların çok fazla tercih ettiği bir bölgeyiz. Altı aydır buradayım ve gerçekten 50 yaşın, 40 yaşın altında misafir görmemiz çok zor. Ama Anadolu'nun her yerinden Artvin'den, Trabzon'dan, İzmir'den, İstanbul, Kütahya, Ankara her yerden, hemen hemen her bölgeden buraya insanlar geliyor. "

Katılımcı 23; "Yerli turist. Türkiye'nin her yerinden geliyorlar ama en çok İstanbul, Ankara, İzmir. Japon ve Koreliler geliyor"

Katılımcı 24; "Yerli turist. En çok -bir saniye bekleteceğim sizi, bilgileri hemen- daha çok İzmir, Ankara, Aydın, Uşak, İstanbul, bu yaptığımız araştırma

sonucunda çıkanlar, yine Afyon'da kalan yani Afyon'un yerli halkı da ziyaretlerde bulunmakta, otel konaklamasında bulunmakta. Çok fazla yabancı turist gelmemekte, tabii bunda ulaşım imkânlarının da etkisi var. Yani evet bir havaalanı var ama sonuçta havaalanından Afyon'daki otellere ulaşım da sıkıntı yaratabilir. Artı yine otellerin yabancı turistlere açılma isteği ile de ilgili. Yani şu anki mevcut konuk potansiyelinden memnun olabilir oteller. Çünkü gerçekten önemli ölçüde doluluk oranları var, yerli turist olarak sağlanmakta. Elbette ki uluslararası tanıtım arttırılıp işte ulaşım imkânları biraz daha kolaylaştırılıp -yabancı turistler için- ve yabancı dil bilen personel sayısı arttırıldığında elbette ki uluslararası pazara da rahatlıkla açılacak durumda. Çünkü ben inanıyorum ki, mesela buraya yabancı turistler geldiğinde sadece otel konaklamasıyla da kalmazlar mutlaka şehri gezmek isterler, şehrin tarihi yerlerini, müzelerini işte Uzun Çarşı'yı, yöresel lezzetleri sunduğu yerleri gezmek isterler ve bu esnafa da maddi açıdan katkı sağlayacaktır, dolayısıyla şehrin ekonomik anlamda gelişmesine de katkı sağlayacaktır. O yüzden gerçekten ciddi anlamda uluslararası tanıtıma ve anlaşmalara yer verilmesi gerekir Afyon için."

Seyahat Şekilleri

"Turistler paket tur mu yoksa bireysel mi gelmektedir?" sorusuna 17 katılımcıdan 9'u paket tur olarak cevap vermiş, 8'i bireysel olarak cevap vermişlerdir. Seyahat şekli olarak bakıldığında turistlerin bölgeye paket tur kapsamında veya bireysel olarak geldikleri görülmektedir. Genellikle kış döneminde paket tur kapsamında bölgenin ziyaret edildiği, bireysel gelişlerin de özellikle yaz dönemlerinde yoğun olduğu dikkat çekmektedir. Katılımcılardan bazılarının cevapları aşağıda sunulmaktadır.

Katılımcı 1; "Genel itibariyle paket tur diyebiliriz."

Katılımcı 2; "İkisini de tercih eden var, iş turizmi için bireysel geliyorlar ama tatil amaçlı 3-4 gün şeklinde turla geliyorlar."

Katılımcı 3; “İkisi de mevcut bireysel de pakette, ağırlık paket.”

Katılımcı 20; “Paket tur, bölgeden edindiğimiz bilgilere göre dönem dönem geliş şekilleri değişiyormuş. Özellikle yaz aylarında walking gelişler fazla.”

Konaklama Süreleri

“Turistler ne kadar süre konaklamaktadır?” sorusuna verilen cevaplar Tablo 14’te sunulmakta olup, bazı katılımcılar soruyu şu şekilde cevaplamışlardır.

Katılımcı 1; “Bu kış çok verimli geçti Afyon için, hafta içi de doluydu. Tesis sayısı Afyon’da giderek yükseliyor. Sömestr dönemi yoğun zaten, 13 gün %99 doluluk yaşıyor. Hafta sonları Cuma-Pazar yoğundur. Ortalama 3-4 gün. 3gün şifa ve sağlık için yeterli değil tabii, 6 ayda bir 10 günlük period en uygundur.”

Katılımcı 3; “Yabancılar 2 gün en fazla, yerli turist 4-7 gün arası değişir. Tedaviye göre değişir. 7 günlük, 10 günlük, 15 günlük tedaviler vardır. 30günlük, 60 günlük de tedavi öngörülebilir. Termalin faydasını almak için misafir en az 7 gün kalmak zorunda, tedavi 7 günden başlar.”

Katılımcı 4; “3 gün, maksimum 7 gün.”

Katılımcı 5; “1 haftalık geliyorlar.”

Katılımcı 10; “Günübirlikçi çok, paket tur gelenler 7-10 gün.”

Katılımcı 13; “3-4 gün.”

Katılımcı 21; *“Ortalama 3 gece 4 günü geçmiyor. İnsanlar kış döneminde yoğun iş ve okul hayatı, iş hayatı herkesin tempoda olduğu bir süreç olarak düşünürsek, genelde Cuma’dan başlayıp Pazar günü akşama kadar devam eden bir süreç var. İşte haftanın 3 günü ful çalışıyoruz. Otelimiz Eylül 1 itibariyle başlıyor, Nisan 1’e kadar tüm hafta sonlarımız ful geçiyor. Hafta içleri %40-%45-%50 ortalamaları yakalıyoruz ama dediğim gibi 3 gece 4 günü konaklama olarak geçmiyor maksimum seviye bu.”*

Katılımcı 24; *“Ortalama sanıyorum, en az bir 5 gün kaldıklarını söylemişlerdi ama tabii değişiyor. Hani mesela dediğim gibi başka bir şehre giderken geçip uğradılarsa 1 ya da 2 günlük konaklamalar ama sağlık amaçlı geldilerse konaklama süresi 5 gün, 7 gün gibi daha da uzayabiliyor. Tedavi süreçlerine de bağlı.”*

Afyonkarahisar’a sağlık amaçlı gelen turistlerin en az yedi günlük bir tedavi programı uygulayarak termal sudan yararlanması makbuldür. Her ne kadar Afyonkarahisar’a sağlık amacıyla gelişlerin söz konusu olduğu düşünülse de aslında durumun böyle olmadığı kalış sürelerinden anlaşılmaktadır. Afyonkarahisar’da kalış süresinin nispeten kısa olduğu bilinmektedir. Üstelik bu çalışmanın bulgularına göre Afyonkarahisar’a gelen turistlerin seyahat şekline göre de kalış sürelerinin değiştiği görülmektedir. Şöyle ki, genellikle paket turla gelen turistler ortalama yedi gün civarında kalmaktadır. Bireysel olarak seyahat edenlerde ise bu süre bir geceye inebilmekte ve genellikle Cuma ve Pazar günleri arasında yoğunlaşmaktadır. Bu bağlamda paket turla gelen turistlerin daha çok sağlık ve şifalı sudan faydalanma amaçlı geldiklerini, bireysel gelen turistlerin ise termal su aracılığıyla dinlenme, rekreasyon odaklı termal turizm, hafta sonu tatili ve diğer sebeplerden dolayı (iş, yolculuk) geldiklerini söylemek mümkün görünmektedir. Afyonkarahisar’da kalış süresinin iki gecelemenin altında olduğunu bazı katılımcılar şu şekilde belirtmektedir.

Katılımcı 6; *“Daha önce yaptığım çalışmalarda ve bunu söylüyorlar da zaten. Genellikle bir turistin ortalama geceleme süresi 1,5-2 gün arası olarak tespit edildi.”*

Katılımcı 9; *“Yerli yabancı ortalaması 2-3 gün civarında bir şeydir.”*

Seyahat Motivasyonları

Turistlerin Afyonkarahisar’ı daha çok termal çekiciliği deneyimleme motivasyonları ile ziyaret ettiği, dolayısıyla otelden çok fazla dışarı çıkmadıkları anlaşılmaktadır. “Turistler kentte neler yapmakta, hangi yerleri ziyaret etmektedir?” sorusuna verilen cevapların bazıları aşağıda sunulmaktadır.

Katılımcı 1; *“AVM, çarşı, pazara çıkan çok kitle var. Tarihi mekânlar çok minimum. Bazı gruplarımız oluyor. 14 günlük sağlıklı yaşam paketi, wellness paketinde, bu paketi tercih eden misafirler Kocatepe, Frig, Afyon evleri, çarşı, Dumlupınar rehber eşliğinde gezdiriliyor. 4.gün menüleri yanlarına veriliyor, saat 10.00 ve 14.00 arasında kültürel gezi yapılıyor.”*

Katılımcı 3; *“Tarihi bölgeler, kaleler, camiler, yatırlar, mağaralar, Ayazini bölgesi. Otelimize gelen misafirlerimiz gün içerisinde bu bölgede geçiriyor zamanını. Tedavi yoksa toplantısı/randevusu yoksa alışveriş merkezine gider, ön tarafta lokantamız var, o tarafta sucuk vs. alır. Otelimizin alışveriş merkezine yakın olması avantajdır. Çünkü gelen misafirin kalış süresini artırabilirsiniz, bir insan 2 günde sıkılabilir ama geziyorsa kalış süresini 5 güne çıkartabilir.”*

Katılımcı 4; *“Ağırlıklı olarak sıcak sudan çıktıklarında, gidecekleri gün, çarşı ve kale civarında geziyorlar.”*

Katılımcı 5; *“Termalden pek çıkmıyorlar. Kışın termal suya girip dışarı çıkmak tehlikeli olduğu için genellikle dışarı çıkmıyorlar.”*

Katılımcı 6; *“Herhangi bir yeri gezdiklerini düşünmüyorum, tarihi olarak değil ama alışveriş merkezlerini gezdiklerini düşünüyorum daha çok.”*

Katılımcı 7; *“Yerli turist otelden çıkmıyor, çıkarsa alışveriş için çıkıyor.”*

Katılımcı 9; *“Şehir merkezinden Ulu Cami, Mevlevi Cami, kaleyi eteğinden çok ziyaret ederler de çıkan sayısı fazla değildir. Konaklar olabilir, Millet hamamı olabilir. Eski Afyon olarak değerlendirdiğimiz, kalenin etekleri ağırlıklıdır. Frig'e katılım çok azdır. Ulaşım sıkıntısı var, rehber sıkıntısı var, araç sıkıntısı var, yol güzergahı çok belirgin değil, yönlendirmeler çok belirgin değil, o yüzden oralara çok azdır, genelde şehir içindeki rekreasyon alanları çok tercih ediliyor, alışveriş merkezleri.”*

Katılımcı 12; *“Genel anlamda pek otelden çıkmıyorlar. Sandıklı'da gezip görebilecekleri fazla yer yok. 3-4 günlük geldikleri için son gün alışverişe çıkıyorlar.”*

Katılımcı 20; *“Genelde buraya gelen misafirlerimiz alışveriş amaçlı kullanıyor merkezi. Örnek veriyorum, doğal lezzetleri Uzun Çarşı'dan almak için çıkıyorlar.”*

Katılımcı 23; *“Aslında termal sudan çıkmıyorlar, kenti gezdiklerini düşünmüyorum.”*

Katılımcı 24; *“Yerli turistleri zaman zaman görüyoruz, daha çok işte Uzun Çarşı'da, belli lokum, sucuk satan esnaf dükkânlarını ziyaret ediyorlar, yani benim gördüğüm ve konuştuğum kadarıyla. Onun dışında çok nadir, tek tük turistlerde gördüm ama sayısı 3 ya da 5 'i geçmez, genelde de sırt çantalarıyla hani şehri de*

keşfetmek amaçlı da gezdiklerine şahit oldum. Aslında dediğim gibi yabancı turistler geldiğinde mutlaka şehri ziyaret ederler, tüm noktalarını keşfetmeye çalışırlar. Mesela kalenin ben tanıtımda çok iyi kullanılmadığını düşünüyorum. Çünkü kaleye çıkmak, ulaşmak biraz zor ve çıkıldığında orada sadece manzara dışında başka bir nokta yok veya kale etrafında başka bir nokta yok. İşte turistlerin dinlenebileceği, Afyon'a özgü hediyelik eşyaların alınabileceği, yani yöresel ürünlerin orada -yöresel ürün derken yemek anlamında söylemiyorum, hani şehre özgü el işi ürünler- bunların böyle satıldığı satış noktaları olsa, turistler geldiğinde hem kaleye çıksalar hem bu noktaları ziyaret etseler ve burada Afyon'un tarihi ile ilgili, Afyon'un tarihi kattıkları ile ilgili sunumların, görsellerin, resimlerin yer aldığı noktalar planlansa, hani turistik hale getirilse kale de sadece tek başına bir pazarlama aracı olarak bile kullanılabilir."

Katılımcıların çoğunluğu termal amaçlı gelen turistlerin konakladıkları otelden çıkmadıklarını, sadece Afyonkarahisar'dan ayrılacakları gün, merkezde alışveriş yaptıklarını belirtmişlerdir. Bazı katılımcılar ise misafirlerin merkezdeki tarihi yerleri ziyaret ettiklerini dile getirmişlerdir. Frig vadisi, Kocatepe Anıtı gibi Afyonkarahisar'ın önemli turizm alanları ise ulaşım yetersizliği, rehber eksikliği, yönlendirme tabelalarının yetersiz olması ve bölgede yerleşim alanının bulunmaması gibi nedenlerden dolayı genellikle ziyaret edilmediği ifade edilmiştir. Katılımcı 7 bu konuyu şu şekilde açıklamaktadır:

"Frig vadisinde çok eksiklikler var, orada yaşam alanı olmadığı için insanlar kuru kuruya gidiyor, ulaşım kötü, yollar dar, tuvalet yok, insanların alışveriş yapacakları yerler yok. Yağmurlu havalarda oralara gidilmiyor. Yerleşim birimleri olmadığı için eksiklikler var."

Tablo 14. Afyonkarahisar'ın Turist Profili Hakkında Bulgular

Bilgi Kaynakları		Milliyet	
İnternet/Sosyal Medya	3	Yerli	17
Önceki Ziyaret	4	Yabancı	0
Tavsiye	4	Seyahat Şekli	
Acente	6	Paket Tur	9
Bilmiyorum	1	Bireysel	8

Turistlerin Geliş Amaçları		Konaklama Süreleri	
Sağlık	5	1-2 gün	3
Termal	5	3-4 gün	8
Termal ve orta yol olması	2	4 gün ve fazlası	6
Termal ve dinlenme	2	Seyahat Motivasyonları	
Dinlenme	2	Termal	17
Sağlık ve dinlenme	1	Diğer	0
Bilmiyorum	1		

4.1.6. Katılımcıların Afyonkarahisar’ın Gastronomi Turizmi Açısından Potansiyeli ve Gastronomi İmajı Hakkındaki Görüşleri

Betimsel analizde kullanılmak üzere araştırmanın altıncı teması “Katılımcıların Afyonkarahisar’ın gastronomi turizmi açısından potansiyeli ve gastronomi imajı hakkındaki görüşleri” olarak belirlenmiştir. Bu temaya bağlı olarak oluşturulan alt temalar ise aşağıda sunulmaktadır.

Katılımcıların Afyonkarahisar’ın Gastronomi Turizmi Açısından Potansiyeline İlişkin Görüşleri

- Afyonkarahisar’ın Gastronomi İmajı
- Yerel Halkın Yerel Mutfağa İlgisi
- Turistlerin Yerel Mutfağa İlgisi
- Yiyecek İçecek İşletmelerinin Yerel Mutfağı Kullanım Düzeyi
- Geçiş Güzergâhının Gastronomi Açısından Avantaj ve Dezavantajları
- Afyonkarahisar’ın Gastronomi Destinasyonu Olma Potansiyeli

Afyonkarahisar’ın Gastronomi İmajı

Afyonkarahisar’ın gastronomi imajını belirlemek ve katılımcılar açısından hangi gıda ürününün ön plana çıkarılması gerektiğini öğrenmek amacıyla “Afyonkarahisar deyince insanların aklına hangi gıda ürünü gelmektedir/gelmelidir?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların çoğunluğu kaymak, sucuk, lokum ve haşhaşın ilk akla gelen gıda ürünü olduğunu ve haşhaş imajının geliştirilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Bazı katılımcıların cevapları aşağıda yer almaktadır.

Katılımcı 3; “Kaymak ve sucuk, kaymak ve sucuğun yanında haşhaş da gelmelidir.”

Katılımcı 4; “Afyon’a sağlık amacıyla geldikleri için bakış açıları sağlıklı. İnsanlar Gaziantep’e gittikleri zaman -gastronomi kısmına baktığımız zaman- sadece kebapları yemek için uçakla Gaziantep’e gelen insanlar var, Afyon’un mutfak kültürü zengin değil, geleneklerine sahip çıkmıyorlar. Ekmek kadayıfı olarak tanınıyor, tatlı olarak tanınıyor, tanınmış yemekleri yok, kebab bile yok. Dana eti yiyorlar ağırlıklı olarak, üzümlere söylüyorum, ekmek kadayıfı İstanbul’dan geliyor. Mermer var, termal var, yiyecek anlamında hiçbir şey yok. Kaymak, sucuk ve ekmek kadayıfı. Sucuk Kayseri’den daha iyi. Akla gelmesi gereken çok çeşit var ama bilen yok. Sabah kahvaltısında verdikleri mercimekli bükme kimse tanımıyor. Haşhaş Afyon’da tanıtılamamış. Haşhaşın ne kadar çok faydası var ama yiyen yok, sindirim sistemini düzenliyor, mideye faydalı, sinir sistemini bambaşka hale getiriyor, sakinleştiriyor ama bilen yok.”

Katılımcı 5; “Kaymak diyorlar ama sucuk, haşhaş, kiraz, yumurta ayırım yapamam ama bir bütün olması lazım. Ayırım yapmam mümkün değil, yumurta şu an Türkiye’nin %50’sini karşılıyor, sucuk %50, et %50, mermerinden haşhaşına Türkiye’nin kalbidir.”

Katılımcı 6; “O zaten belli. Sucuk, lokum, kaymak, bence sucuk gelmeli.”

Katılımcı 9; “Kaymak gelmekte mutlaka, Afyon ismiyle özdeşleştiği için. Bence de kaymak gelmeli ama bununla beraber sucuk ve lokum da eşdeğer gelmeli. Kaymak, Afyon kaymağı ismiyle biliyorsun patent aldığı için, tescilli marka olduğu için, tescilli ürün olduğu için o geliyor tabii Afyon kaymağı diye. Sucuk ve lokum gelmeli, bu üç gıda Afyon dediğinde hemen ilk akla gelen gıda olması lazım.”

Katılımcı 10; “Kaymak, lokum, haşhaş, sucuk. Haşhaşın geliştirilmesi lazım.”

Katılımcı 22; “Bence en ünlüsü kaymak. Kaymak gelmeli. Sucuk, pastırmaya Kayseri’de sahip olmaya çalışıyor ama kaymak Afyon. Yani kaymak Afyon’un en özdeşleşmiş ürünü, yani kirazı falan bölgesel olarak biliniyor da, kaymak.”

Afyonkarahisar’da ilk akla gelen ve ön plana çıkarılması gereken gıda ürünlerini bazı katılımcılar farklı şekilde ifade etmişlerdir:

Katılımcı 1; “Afyon deyince ne geliyor? Sucuk geliyor, bence ne gelmelidir? Ben şöyle söyleyeyim, bence manda ve manda ürünleri gelmeli. Hani biz restoranımızda büfelerimizde de kullanıyoruz. Afyon manda memleketi, manda kaymağı esasında. Biz manda sütü alıp yoğurt yapıyoruz Alacarte restoranımızda. Menüümüzde manda peyniri de kullanıyoruz. Yer veriyoruz manda peynirine. Bir yerde lokal ürünü kullanmak -gastronomi dünyasında bu artık şeydir- lokal restoranlar, lokal ürün odaklı restoranlar, mesela Kuzey Avrupa ülkelerinde çok revaçtadır. Sadece orda yetişen sebze meyve, işte ne üretiliyorsa o ürünü kullanır, ithal hiçbir ürünü kullanmaz, hiçbir şekilde. Mesela bizde bu anlayış ters mesela. Biz kalkarız işte, Afyon’da manda peyniri, manda sütü, manda kaymağı yerine başka bir ürün kullanırız ama buna yer vermek lazım. Biz büfemizde de yer veriyoruz. Alacarte restoranımızda da yer veriyoruz bence o yüzden. Sucuk zaten, evet Afyon’un sucuğu ama bence manda gelmeli, manda kaybolan bir değer çünkü. Bizim Türk insanımız zararlı demek istemiyorum sucuğu da, o tarz şeyleri daha çok sever, daha çok yatkındır. Bence o yüzden manda diyorum. Manda en sağlıklı ürünü çıkarır. Sucukta esasında manda, manda dediğinizde Afyon, manda sucuğu, manda kaymağı, manda sütü, manda peyniri, bir lokum herhalde manda ürünüyle üretilmiyor, aslında manda kaymaklı lokum var. Baktığınız zaman manda deyince esasında hepsi birbirini bütünleştiriyor.”

Katılımcı 11; “Haşhaş, kaymak, patates gelmektedir. Artık domates gelmeli bence. Çünkü Türkiye’nin en kaliteli domatesi şu anda Afyon ve Sandıklı’da üretiliyor. Yurtdışına ihracat yapıyor. Jeotermal seralarda yetişen birinci sınıf lüks domates üretiliyor. Domatesin reklamı yapılmalı. Avrupa ve Rusya’ya gidiyor domatesler.”

Katılımcı 13; “Kaymak, lokum, sucuk. Tahinli kesme, haşhaşlı kesme akla gelmeli.”

Katılımcı 20; “Lokum ve et ürünleri akla geliyor, soda gelmeli bence akla.”

Katılımcı 24; “Kaymaklı ekmek kadayıfı. Yani bunun akla gelmesi güzel ama mesela et ürünleriyle de daha da gündeme gelmeli, sucukta geliyor gerçi ama hani sucuk ve kaymaklı ekmek kadayıfı etrafında dönüyor.”

Katılımcı 24, Afyon’a özgü diğer gıda ürünlerinin akla gelmemesini şu şekilde açıklamaktadır.

“Yani yöresel diğer ürünler akla gelmez çünkü buraya geldiklerinde onları çok tatma imkânı yok, bu konuda akla, zihne böyle görsel olarak yerleştirilecek tanıtım yok. O yüzden akla gelmemeleri normal ama mesela Afyon kebabı dediğimiz ramazan aylarında yapılan bir kebab var. Aslında çok zahmetli bir yemekte değil, yapımı çok kolay bir yemek. Hani otel menülerinde yer veriliyor, verilmiyor değil. Hani açık büfede arada onları da sunuyorlar, bamya veya kebab, ekmek kadayıfı gibi yöresel lezzetlere yer verilmekte, bunların biraz daha hafızada kalması için onu yöresel şekilde sunabilmek lazım. Yani Afyon halkı o yemekleri nasıl tüketiyor bu önemli. Çünkü sıra yemeği dediğimiz bir gelenek var ama bu uygulanarak sınanmıyor. Mesela Afyon’daki otel işletmelerinde bir gece Afyon sıra yemeği gecesi düzenleyip, aynı Afyon halkının yediği şekilde yemek sunumları yapılırsa -sayı ve sunum sırasıyla birlikte- daha güzel olur, daha iyi tanıtılır diye düşünüyorum.”

Katılımcı 25; *“Ekmek kadayıfı geliyor ilk önce bence, sonra sucuk geliyor, lokum geliyor, bence, eğer tatlı kategorisinde dersiniz ekmek kadayıfı, genel anlamda dendiği zaman ağız açık, bükme geliyor. -yani insanların aklına gelen veya ben Afyon’da yaşayan biri olarak- çünkü burada ağız açıkla bükme kahvaltıda yeniyor, öğlen de yeniyor, akşam da yeniyor yanında bir Erkmen vişnesi ile yapılmış ya da Sultandağı vişnesinden yapılmış hoşaf oldu mu tamam, başka bir şey istemiyor insanlar.”*

Katılımcı 25 Afyonkarahisar’da yaşamadan önce ve Afyonkarahisar’da yaşamaya başladıktan sonra ilk aklına gelen ürünleri şu şekilde ifade etmiştir.

“Önceden olsaydı, Afyon’da yaşamayan birisi olsaydım ekmek kadayıfı derdim ama içinde yaşayan birisi olarak ağız açıkla bükme derim, özellikle bükme çok burada sevilen, rağbet gören bir yiyecek.”

Yerel Halkın Yerel Mutfağa İlgisi

Afyonkarahisar’da mutfak kültürünün devam edip etmediğine dair bilgi edinmek amacıyla “Afyonkarahisar’da yerel halk yerel mutfağa ilgili midir/ mutfak kültürünü devam ettiriyor mu?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların çoğunluğu yerel halkın mutfak kültürünü devam ettirdiğini, özellikle özel günlerde mutfak geleneklerini sürdürdüklerini ifade etmişlerdir. Bazı katılımcıların cevapları aşağıda yer almaktadır.

Katılımcı 1; *“-Çok şey- bilgili ve becerililer, sahip çıkıyorlar. -Mesela atıyorum bir kahvaltı rezervasyonu geldiği zaman- bazı Afyonlu kitleler var illa keşkek olsun kahvaltıda, özellikle isterler. Normalde bizim kahvaltı standardımızda yok, keşkek kahvaltıda gelenek mesela. Mesela mevlit yemeklerinden sonra bamya çorbası bu gelenek bunu istiyorlar ki sahip çıkıyorlar, istemeleri sahip çıktıklarını gösteriyor.”*

Katılımcı 2; *“Tabii, yerel halk mutfağına sahip çıkıyor, dışarıdan gelen misafirlerine yöresel yemeklerini yapıyor, her ramazanda, ramazana özel yemekler pişirilir, herkes birbirini davet eder, geleneklerini sürdürüyorlar.”*

Katılımcı 3; “Mutfak kültürüne sahip çıkıyor, kendi kültürü dışında başka kültürlerin yemeklerini yapmıyorlar zaten. Tamamen kendi kültürlerinin yemeklerini yapıyorlar.”

Katılımcı 5; “Yerel halk geleneklerini devam ettiriyorlar, yarışmalar yapılıyor. Afyon’un yemek kültürü iyi. Soğuk iklimde olduğu için hayvanların eti lezzetli oluyor.”

Katılımcı 6; “Çıkıyor, çok güzel çıkıyor. Mesela ramazanda Afyon kebabı yapıyor, genellikle mutfak kültürlerini yaşıyorlar.”

Katılımcı 8; “Sahip çıkıyor, gelenekler nasıl yaşatılıyorsa mutfak kültürü de yaşatılıyor.”

Katılımcı 9; “Afyon ben burada olduğum sürece çok fazla göç aldı, dolayısıyla yerel halk, genel içerisinde azınlık konumuna geldi gibi bir şey. Mevcut sistemde sürdürüyorlardır diye tahmin ediyorum ama tabii aile yapısı çok değişti, alışveriş alışkanlıkları çok değişti biliyorsun. Dışarıda yeme alışkanlıkları çok arttı, bütün bunlar geleneksel mutfaktan uzaklaştırdı bizleri. Daha hızlı yemek tüketmeye yönelik, o yüzden azalmıştır ama vardır, öyle söyleyebilirim yani.”

Katılımcı 11; “Eskisi kadar değil. Ramazan ve özel günlerde devam ettiriyorlar.”

Katılımcı 20; “İlgili olan da var ilgili olmayan da var bir de bunu sadece gıda tüketimi olarak da gören var.”

Katılımcı 22; “Tabii, sürdürüyorlar, belli ürünler. Aslında Afyon’un yerel halkı mutfağına bağlı, özel günlerinde bunu şey yapıyorlar. Yani o Afyon gezekleri veya adetleri dediğimiz Zinardı vb. veya ölüm daveti, doğum daveti, hac daveti gibi, askerlik gibi şeylerde kitabi olarak kontrol altına alınmış yapılıyor ama merkezde yapmıyorlar. Yeni jenerasyona döndükçe maalesef bazı ürünler ve yemekler kaybolmaya başladığını düşünüyorum ben (...). Belli ürünleri var, adetleri var. Afyon kebabı diyorlar ramazan kebabı da diyorlar onu sürekli -ben kendi çevrem için konuşuyorum- yapıyorlar. Mesela nişanların önemli bir şeyi var. Nişan ve kız isteme törenlerinde yaptıkları ‘gurabiye’ dedikleri tatlı var. Belli sosyal yaşamın parçası olan bazı ürünler varlıklarını koruyacaklar ama ticarileşerek koruyacaklar (...).”

Katılımcı 24; “Gözlemlediğim kadarıyla evet ettiriyorlar. Mesela hamur işleri konusunda zaten, hani o konuda çok sıkıntı yok, onu gayet iyi devam ettirdiklerini düşünüyorum. Yöresel yemekleri de devam ettiriyorlar. Mesela Afyon’daki pazarlarda da bu yöresel ürünlerin hani dönem dönem satıldığını ve tüketildiğini, alındığını görüyoruz. Tanıdığım kişilerde devam ettiriyorlar geleneklerini.”

Katılımcı 4 ise Afyonkarahisar Mutfağı’nda yemek çeşitliliğinin olmadığını ve yerel halkın mutfak geleneklerini artık devam ettirmediğini, ancak Afyon halkının lezzetten anladığını şu şekilde açıklamaktadır.

“Halkın fast food alışkanlığı yok. Burada yaşayan insanlar yeme içmeyi biliyorlar, lezzeti biliyorlar ki biz burada iyi çalışıyoruz. Yemek üzerine burada bir şey yok, davetlerde ya hazır yemekler ya da çeşit az.”

Katılımcı 12 ise yerel halkın yerel mutfağa karşı ilgisini Afyonkarahisar’a yerleştiği günden beri pek göremediğini, halkın içe kapanık olmasından dolayı bu konuyla ilgili net bir şey söyleyemeyeceğini şu şekilde belirtmektedir.

“Değil gibi gözüküyor. İki yıldır pek görmüyorum. Sadece bayanlar bir araya gelip bükme yapıyorlar bir de Arabası toplu bir şekilde yapıp yiyorlar. Afyon halkı dışarıya kapalı olduğu için bilemiyorum çok.”

Turistlerin Yerel Mutfağa İlgisi

Afyonkarahisar’a gelen turistlerin yerel mutfağa karşı ilgilerini belirlemek amacıyla katılımcılara “Afyonkarahisar’da turistler yerel mutfağa ilgili midir?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların çoğunluğu turistlerin yerel mutfağa ilgili olduğunu, özellikle Afyonkarahisar’a özgü neler satın alabileceklerini sorduklarını belirtmişlerdir. Ayrıca turizm işletmelerinde çalışan katılımcılara Afyonkarahisar Mutfağı’na özgü hangi ürünleri, ne zaman, hangi aralıklarla sundukları sorulmuştur. Turizm işletmelerinde çalışan katılımcılar açık büfe veya alacarte restoranlarında Afyonkarahisar Mutfağı’na yer vermeye çalıştıklarını belirtmişlerdir. Bazı katılımcıların cevapları aşağıda sunulmaktadır.

Katılımcı 1; “Şöyle, insanımız yavaş yavaş bunu öğrenmeye başladı. Şimdi eskiden bizim insanımızda şöyle bir şey vardı. Nereye giderse gitsin kendi benimsediği yiyecekleri isterdi ama artık bunun bir kültür olduğunu yavaş yavaş insanımız öğreniyor. Yani atıyorum bir Kayseri’ye gittiğinde pastırma isteyebilir. Antep’e gittiğinde baklava, patlıcan kebabı vs. oraya özgü içli köfteyi tatmak için gidiyorlar. Afyon’a geldiğinde bunları görüyoruz zaten insanımız öğreniyor yavaş yavaş (...). Bunu Güneydoğu çok iyi başardı, yani insanlar sadece Güneydoğu’ya yemek ve içmek için gidip birkaç yer görüp geri dönüyorlar, o yüzden Antep, Adana, Hatay, Urfa bu anlamda o bölge başı çekiyor, şöyle söyleyeyim, bu işte alt yapısı olan bütün insanlar zaten bunu söylüyor, evet bir mutfak varsa bu Güneydoğu’nun Antep’in. Başka Hatay, Urfa, Adana hepsi iyi ama Antep ayrı. O bölge Güneydoğu bölgesi olarak adlandırılan yerde, orda bir gastronomik düzen var ve insanlar oraya yemeye içmeye gidiyor. Güneydoğu -eğer kıstasımız oraysa- bir ürünle öne çıkmıyor. Mesela Antep’e içli köfte yemeye gelin, baklava yemeye gelin denmiyor.”

Katılımcı 2; “Yöresel restoranları görmek istiyorlar, yiyenlerde memnun kalıyor. Yöresel yerlere gitmek istiyorlar, kaymak, sucuk, lokum almak için alışverişe gidiyorlar. Her gün kahvaltıda kaymak, sucuk büfede mevcut. Keşkek Pazar kesin var, genelde haftada iki gün sabah kahvaltısında keşkek verilir. Düğün davetlerinde tandır, dana kavurma, kaymaklı ekmek kadayıfı veriliyor.”

Katılımcı 3; “Yöresel yemekleri istiyorlar. Örneğin; keşkek tarifini çok isterler. Tatlı başlı başına standart diyebilirim, ekmek kadayıfı her gün misafirlere sunulur. Ağzı açık, bükme çok istenir. Haftada bir kez keşkek sunuyoruz. Özel günlerde ve davetlerde ara sıcak olarak ağzı açık, bükme sunuyoruz. Afyon kebabı özel yemeklerde ve talep olduğunda sunuyoruz. Haftada bir kez Sakala Sarkan çorbası sunuyoruz. Afyon Mutfağı’na haftada bir kez mutlaka yer veririz ancak alacarte menülerde bulunmaz. Alacarte menüde kaymaklı ekmek kadayıfı dışında Afyon’a has bir şey bulunmuyor. Otel adı ile spesiyal yemeklerimiz var. Sucuklu krep örneğinde otel adı kullanılarak sunuyoruz.”

Katılımcı 4; “Bir defa biz yol üstü bir restoran olduğumuz için hem Afyonlulara hem de yoldan geçen insanlara hizmet veriyoruz, aynı soruyla karşılaşıyoruz. Afyon’a özgü ne var? Şarküteri bölümü, kasap bölümümüz var, misafir yediği etten istediği kadar alabiliyor. Ayrıca et dinlendirme dolabımız var, onların lezzetini buraya gelen herkes biliyor. Sucuk, kaymak, lokum satışlarımız var. Lokum kutusu yaptırıyorum, üzerine Afyon kalesi resmi yaptırıyorum. Afyon Kalesinden tuz lambası yaptırmaya çalışıyorum.”

Katılımcı 5; “Turistler yöresel mutfağa ilgililer. Kendi yemeklerimizle kendimizi tanıtıyoruz. Reklamımızı biz yemeğimizle yapıyoruz. Yemeği ne kadar kaliteli yaparsanız o kadar çok beraberinde insanlar geliyor. Etler kendi dana çiftliğimizden geliyor. Bolvadin ilçesinde otele ait kendi dana çiftliğimiz var, 7-8 bin hayvan var, kendi ürettiğimiz sütü ve eti alıp kullanıyoruz. Mandalarımız var, biz kaymağı kendimiz otel mutfağında yapıyoruz. Keşkek o kadar lezzetli ki bizim Burdur’da bu kadar lezzetli olmaz. Her Pazar büfede keşkek çıkar. Haşhaşlı lokula

misafirler alıştı, onu yok deme şansımız yoktur, her gün çıkar kahvaltıda. Kaymak, katmer, bükme sabit çıkar.”

Katılımcı 6; “Turistlerin bilgisi olmadığı için yöresel yemekleri talep etmiyor ama Afyon’da görülen şey bükme ve ağız açık gibi hamur işi olarak onlar biliniyor. Yani farklı şeyler, alternatifler olduğunu bilmiyor büyük ihtimalle.”

Katılımcı 8; “Son yıllarda hangi ile giderlerse gitsinler, şu bilinç oldu, ben gittiğim il veya ülkenin kültürünü görmeliyim diyor. İnsanlarda bu merak oldu. İnsanlarımız turizm hareketini öğrendi, bilinçli geziyor yani. Yemeklerini tanıyorum, tadayım istiyorlar.”

Katılımcı 20; “Konaklayan misafirler nerede olursa olsun yerel mutfak örneklerini görmek isterler. Ki mesela Türkiye’de bakıldığı zaman et ve et ürünlerini pazarlayan bir il. O yüzden buraya geldiklerinde büfede bu ürünleri görmek istiyorlar. Büfede sucuk, kaymak, keşkek, tandır var, en çok keşkeğe rağbet var. Manda yoğurdunu kendimiz otelde yapıyoruz. Büfede manda yoğurdu bu tesiste Afyon kaymağından bir adım nde, büfede kaymaktan çok manda yoğurdu tüketiliyor, çok enteresan, burada bir tesise gittim, manda yoğurdu alacaktım, üretim yeri İstanbul yazıyordu.”

Katılımcı 23; “Turistlerin ilgileri var, büfelerde kaymak, sucuk çıkıyor. Haftada iki gün Pazar ve Perşembe keşkek, ağız açık, bükme çıkıyor. Katmer her gün bfemizde var. Patlıcan böreği haftada iki gün çıkıyor. Vişneli ekmek kadayıfı ve kaymaklı ekmek kadayıfı a la carte menmzde var.”

Katılımcı 24; “İşte turistlerin yerel mutfağa ilgili olup olmadıklarını ortaya çıkarmak için hani yerel mutfakla ilgili sunumların sayısının çok olması lazım ve onların katılımını gözlemlemek lazım. Yani bu konuda dediğim gibi sunum yapan

lokantalar, yani sırf Afyon yemeklerine yer veren bir restoran yok. Konak var, evet ama konağın o konuda yeterli olduğunu düşünmüyorum.”

Yiyecek İçecek İşletmelerinin Yerel Mutfağı Kullanım Düzeyi

Afyonkarahisar’da faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin yerel mutfağı kullanım düzeylerini belirlemek amacıyla katılımcılara “Afyonkarahisar’da faaliyet gösteren ticari yiyecek içecek işletmelerini gastronomi turizmi kapsamında nasıl değerlendirirsiniz?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların çoğunluğu özellikle Afyonkarahisar Mutfağı’na ait yemeklerin sunumunun yapıldığı işletmelerin bulunmadığını dile getirmişlerdir. Bazı katılımcıların görüşleri aşağıda sunulmaktadır.

Katılımcı 1; *“Bizim sektörümüz hakikaten zor bir süreçten geçiyor, turizm ve yiyecek içecek sektörü, hepsi birbirine bağlantılı, ekonomi iyi olduğu sürece bu işletmeler daha fazla ayakta kalıyor ama şu var bugün Türkiye’nin her yerinde var, satabildiği ürünü satmak istiyor, ticari para kazanma kaygısından dolayı. Hani kimsede şu yoktur ki ben Afyon’un yerel lezzeti, sadece şunu satacağım para kazanmasam da olur, böyle bir olgu hiçbir esnafta olmaz çünkü oradan para kazanıp evine ekmek götürmek zorunda. Ha oradan para kazanıyorsa onu yaşatmak için de var gücüyle çalışır, bu bir ticari olgu sonuçta. Hani buna sahip çıkacak esasında ilk başta yerel halk. Mesela ben İzmirli olmama rağmen, ben çarşıda nerede yemeğe gitmeliyim dediği zaman benim yönlendirdiğim yer lokal ürün satan iyi bir dükkanlar. Şu dönercide döner ye demem, hiç kimseye demem. İzmir’e gelse sabah kahvaltısında ne yiyeceğim dese boyoz, gevrek mesela ye derim. Git su böreği ya da şu kahvaltıcıda şu kahvaltıyı yap demem. İlk önce şehrin insanları sahip çıkması lazım. Mesela ben yolda gezerken, hiç bilmesem Afyon’u, ben burada nerde yemek yiyebilirim dediği zaman bana dönerci ya da hamburgerci ya da alışveriş merkezindeki X burgercinin adını vermemesi lazım.”*

Katılımcı 2; “Yöresel işletmeler yeterli değil. İşletmeler hangisinden daha iyi kazanıyorsa ona yöneliyorlar.”

Katılımcı 6; “Gastronomi turizmi açısından eski tarihi yapılarda, konaklarda yerel ürünler sunulduğunu biliyoruz ama bunu dışarıdan gelenlere sunulup sunulmadığını bilmiyoruz. Buralara genellikle Afyon’un yerel halkı gidiyor, hafta sonları buraya gelen insanlar genellikle Afyon’un kendi halkıdır. Afyon yemeklerinin yapıldığı yerler de yok. Keşkek yapan bir iki yer var, onun da belirli bir saati var, buralara giden yine Afyon’un yerel halkıdır. Dışarıdan gelen konuğu götürecek Afyon’un lezzetlerinin tanıtıldığı hiçbir yer yok. Gelen misafirlerimiz için söylüyorum, kebabçılar var, dürümcüler var ama Afyon’un gerçek lezzetlerinin sunulduğu bir mekân olduğunu düşünmüyorum. Otellerin yöresel yemekleri mutlaka sunmaları gerekiyor. Çünkü otellerde konaklayan kişiler dışarıdan gelen kişiler hatta özel günler yapmaları gerekiyor. Afyon kahvaltısı gibi, açık büfede özel bir yerde, otantik bir şekilde Afyon lezzetleri sunulması gerekiyor. Açık büfenin karmaşasında kaybolmaması gerekiyor. Gittiğimizde gördüğümüz şey o. Çorba kâseleriyle keşkek aynı yerde gibi. Otellerin çabaları başarılı ama çarşıdaki yöresel işletmeler yeterli değil. Erenlerde Afyon ile ilgili bir şey bulunmuyor, tostçu, dönerci, bistrolar, kafeler var ama Afyon Mutfağı ile ilgili yerler yok. İşletmeler yeterli değil, esnaf lokantasını geçmiyor, iyi yerlerde Afyon Mutfağı’nı sunmuyor.”

Katılımcı 8; “İşletmeler yeterli değil yine de var. Hakikaten yöresel olup olmadığı tartışılabilir bazı yerlerin. Yöreselliği bozuluyor bazen ama ticari olunca bu işler böyle oluyor. Otellerimizde Afyon Mutfağı’na açık büfede yer veriyorlar. Oteller yemeklerde farklılıklarını hissettiriyorlar, herkes çok beğeniyor. Şehir merkezlerindeki konaklarda özellikle ramazanda yapılıyor periyodik olarak, sürekli olarak yapılan bir şey değil çünkü Afyon’da yerel halk dışarıda yemiyor, sadece kebabçıya giderler. Hal böyleyken konaklarda çok aktif değil. Yerel halk misafirlerini otantik bir yerde misafir ediyorlar. Fabrika konuğu, müşterisi geldiği zaman burada ağırlıyorlar. Afyon’un sıra yemeği kültürü var, sıra yemeği hakikaten konaklarda veya restoranlarda olabilir, turistlere sunulabilir.”

Katılımcı 9; *“Bildiğim kadarıyla böyle gelen bir misafirimizi gelin sizi bir Afyon mutfağı ile tanıştıralım diyebileceğimiz bir işletme yok, bir yer yok, o yüzden sıkıntı ama bazı lokantaların yöreye özgü ürünler çıkardığını biliyorum. İşte bir tanesi tandır yapıyor, işte kaymaklı ekmek kadayıfı, hemen her lokantada bulabilirsiniz ama bunun dışında çok alternatifli, sırf Afyon Mutfağı'na ilişkin ürün üreten, sergileyen hiçbir yer var mı duymadım.”*

Katılımcı 11; *“İşletmeler yetersiz. Ev restorasyonu yapıp yöresel ürünlerin sunulduğu yerler yapılmalı. İnsanlar alışveriş merkezlerinde, fast food restoranlarında yemek yiyorlar. Yer sofralarında, bakır tabaklarda yöreye özgü yemekleri sunmak gerekir. Turizmde değerlendiriyorsak, turistler normal lokantaya girmektense öyle bir lokantaya girmeyi tercih eder.”*

Katılımcı 16; *“Oteller Afyon mutfağını yansıtıyor. Et konusunda Afyon markadır. Konaklar iyi ama destek verilmesi lazım. Bulunduğu yer mahalle, kimse oraya gidip yemek yemez ancak misafirlerin götürülebileceği şekilde düzenlenmesi lazım. Sipariş üzerine hazırlık yapıyorlar.”*

Katılımcı 20; *“Yunanistan'ı baz alarak bir örnek vereyim. Yunanistanla benzer ürünleri tüketiyoruz ve benzer ürünleri pazarlıyoruz. Yunanistan'a gittiğiniz zaman bir dükkânda bile yoğurtlu meze bulabiliyorsunuz, biz onlar kadar etkin değiliz, ulaşamadığımız ürünler oluyor.”*

Katılımcı 21; *“Ben yetersiz buluyorum genelde. Afyonkarahisar geçiş noktası olduğu için -şey kültürü var- özellikle çevre yolu üzerindeki restoranlarda dinlenme tesisi modu var. Kaliteli işletme dediğimiz yerlerde daha çok müşterinin talepleri sizi boğar, insanlar girerler, kapıda beklerler; ya senin yemeğindendir ya personelin kalitesindendir ya outletinin mevcut yapısının, içyapısının, dizaynının güzelliğindendir. Bir şekilde talep görür ama buradaki en üst dediğimiz*

restoranların hepsine gittim, ağabeyciğim, ablacığim dışında bir şey yok, bir garson bir çay tepsisinde bir çayı nasıl satarım, bir tane kadayıfı nasıl satarım çabası içindeler. Aslında standardı yakaladıktan sonra kaliteyi amaçlamış olsalardı daha farklı bir ortam çıkardı. Bu da tecrübeyle alakalı bir şey, neden? -Mesleğin alt yapısını almayan- çıraklığını yapmadığınız işin ustalığını yapamazsınız. Param var, restoran açacağımın, bu işin olmayacağını Afyon'da bir kere daha gördük. Yiyecek içecek -gastronomi- zekâsının, bu ticari zekânın mutlaka bir profesyonelden yardım alınması gerektiğinin tamamen arkasındayım. Afyon'da da bunu net bir şekilde görüyoruz, isim vermesek de girdiğim 3-4 restoranda bunu iyi anlayabiliyoruz.”

Katılımcı 22; “Yöresel anlamda yeterli midir? Yol üzerindeki işletmelere baktığımızda Afyon'un ürünleri olarak bazılarını çok bilmiyorum ama yani mesela kaymaklı ekmek kadayıfı bir fenomen gibi şu anda aslında. Yani tabii bu biraz da şeyden, tatlı olduğu için ve birçok yerde de aslında isim olarak şey yapılıyor, bilindiği için ama Afyon'la özdeşmiş, kaymakla birlikte olduğu için Afyon'la özdeşleştiği için, yol üzerindeki yiyecek içecek işletmelerinde çok yaygın. Ama mesela en iyi işletmeler dedikleri İkbal lokantasına baktığınızda yol üzerinde, kaymaklı ekmek kadayıfı dışında Afyon'a özgü çok bir yemek yok, aslında bildiğiniz bir esnaf lokantası gibi bir yer. Merkezde baktığınızda fast food'a döndüğünü düşünüyorum, bu ağzı açık, bükme, katmer satan bu tür yerler geliyor ama ticarileştikçe ürün özelliğini kaybeder, ben ona inanıyorum ve özgünlüğünü korumada yeterli olduklarına da inanmıyorum. Yoksa mesela ağzı açık, bükmeyi sürekli bulunur hale getirdiler ve ağzı açık, bükme, kaymaklı ekmek kadayıfı ticarileşti Afyon'da son zamanlarda (...). Konaklarda bu tür yerel lezzetlerin sunulması zaten beklenen bir şeydir. Yani orası otantikliği temsil ediyor, sonuçta dekorasyon, dizaynı falan yerellik ön planda. Aslında insanlar yerele daha fazla para ödemeye hazır belki turistler. Yani o açıdan konakların menülerinde sürekli olarak -sipariş üzeri değil de- menü planlaması yapıp ve Afyon yemeklerinden bir listeye alarak yapıp o menüde uygun olan -tabii lezzet olarak da uyumlu olacak tabii maliyet olarak da uygun olacak- menüye onları yerleştirmek gerekiyor. Her menüde bir tane Afyon yerel yemek adı altında açıklamaları olmalı, bazıları zaten işte az önce saydığım gibi, bazıları ise sürekli bulunmalı.”

Katılımcı 23; “Şehir merkezindeki işletmeler Afyon lezzetlerine yer vermiyor. Afyon lezzetlerinin sunulduğu bir yer olduğunu düşünmüyorum.”

Katılımcı 24; “Dediğim gibi oralarda da (dinlenme tesisi ve oteller) arada yer verilmekte, evet belli lezzetlere yer verilmekte ama Afyon’un hani yöresel lezzeti olarak sunulduğunu düşünmüyorum. Yani nadiren yer verilmekte ama Afyon’un yemeği 3-5 çeşit değil. Hatta o konuyla ilgili bir kitabımız da vardı. Ondan da ben size göstereyim. Demek istediğim, burada birçok sebze yemekleri var. Türkiye’deki birçok ille benzer yemekler de var hani sadece Afyon olarak düşündüğümüz zaman da yanlış olur. Mesela keşkek sadece Afyon’da yok, ona bakarsak dünya üzerinde birçok yiyecek birbirinin benzeri yani, her ne kadar coğrafyalar, işte bölgeler, ülkeler değişse de yemeklerin özüne baktığımızda bir bağdaşma var. Mesela Çin’deki Çin mantısı bizde de var mantı ama mantık olarak da aynı şekilde yapılıyor. İşte Fransa’da iplik anlamına gelen rişte var, Araplarda erişte, bizde de erişte olarak devam ediyor. Yani baktığınız zaman coğrafyalar bölgeler değişse de yemeklerin benzer olduğunu, bir şekilde bir yerlerden bağdaştığını görüyoruz. O yüzden Afyon yemeklerinde de Konya yemekleriyle benzerlikler var veya Kayseri’yle başka bir ille benzerlikleri var ama mesela Afyon’daki yemeklerle ilgili farklı bir özellik sunum şekli bence. O sunum sırasını dikkate alan bir sıra yemeği düzenlenmesi, bir gece düzenlenmesi, turistlerin buna davet edilmesi, işte bir gün önceden katılmak isteyenlerin isimleri alınabilir, alacarte şeklinde, çünkü genelde açık büfe artık otellerde yemekler, ama alacarte sunumla aynı Afyon usulü sırayla hangi yemekler veriliyorsa o şekilde ikram edilse, o gece yaşatılsa haftada bir gün, Afyon yemekleri tanıtılır.”

Geçiş Güzergâhının Gastronomi Açısından Avantaj ve Dezavantajları

Afyonkarahisar’ın geçiş güzergâhında bulunmasının avantaj ve dezavantajlarını belirlemek amacıyla katılımcılara “Afyonkarahisar’ın önemli bir geçiş güzergâhında bulunmasının gastronomi turizmi açısından avantaj ve dezavantajları nelerdir?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların çoğunluğu avantaj

olduğunu ancak bu avantajı değerlendiremediğini belirtmişlerdir. Bazı katılımcıların konu ile alakalı görüşleri aşağıda yer almaktadır.

Katılımcı 1; “Dezavantaj şu, avantajı dezavantaja çevirmek ya da dezavantajı avantaja çevirmek gibi bir durum bu. Siz yoldan geçerken iyi bir şekilde iyi bir yemek yedirip iyi bir ürün sunup bir de alışveriş yaptırabiliyorsanız yiyecek içecek anlamında, bu iyi bir avantaj fakat bu sunduğunuz şeyler etnikse lokallikle alakası yoksa Afyon’u tanıtıcı şeyler değilse bu da dezavantaja çevirirsiniz otomatikman. Yol güzergâhındaki alışveriş merkezlerine gidersiniz mesela, orda menünüzde her şey olur, bu bir ticari iştir, kabul ederim ama Afyon’a özgü yiyeceklerin bulunması önemlidir, gelenlere tavsiye edersiniz. Afyonumuzun tandırı, keşkeği, çorbası, ekmek kadayıfı zaten beğenilen bir şey o tartışılmaz bir şey, hani en azından ekmek kadayıfı gibi o anda yiyilebilecek alıp götürülemeyecek şekildeki ürünleri de lanse ederlerse daha da avantaja döner bence. Yol güzergâhındaki işletmeler menülerde daha fazla Afyon ürünleri koymalılar. Mozeralla peynirinin Afyon’da üretildiğini bilen çok fazla kişi yoktur. Herkes İtalyan peyniri diye bilir. Ama mozeralla Afyon, bizim menümüzde peynir tabağımızın hepsi Afyon peynirleri, biz bu işin bilincinde olduğumuz için bunlar bizim menülerimizde var, belki bu kadar Afyon’u araştıran bir yiyecek içecek işletmesi daha yoktur, biliyordur ama yapmıyordur, bizim menülerimizde hepsi var. Herkes keçi peyniri-roka salatası, keçi peyniri bilmem ne salatası, bizde mozeralla peynirli bir şey var, bunu da söyleyeyim.”

Katılımcı 3; “Burası bir merkez, herkes buradan geçerken bir yerlere uğruyor mutlaka. Ama avantajlarımızı daha sağlıklı kullanmayı öğrenemedik. Çünkü kendimizi ifade edemiyoruz dışarıdan gelen insanlara. Kendi ürünlerimizi gösteremiyor, o insanların kalmasını, konaklamasını sağlayamıyoruz. Yerel halk bana göre turiste hazır değil, hazırlanıyor diyelim. Bugün turizmde çalışan personelin bile eğitim düzeyleri iyi değil, tüm otellerde aynı, personel bile bulamıyorsunuz şu anda.”

Katılımcı 6; “Bazen avantaj bazen de dezavantaj. Bir şekilde insanlar Afyon’dan geçiyor ve Afyon’u biliyor. Yani Türkiye’de kime sorsanız Afyon nerde diye cevap verir, çünkü kesin geçmiştir buradan. Bu çok önemli bir avantaj ama geçiş güzergahı olduğu için konaklama güzergahı değil, yani şöyle söyleyeyim, Beypazarı’na özellikle gidiyor insanlar ama geçiş güzergahı değil. Geçerken Beypazarı’ndan geçelim diye bir şey söz konusu olmuyor. Özellikle Safranbolu evlerini görmek için giden insanlar var. Afyon’u özellikle görmek için gelen yok, geçerken biliyor, tanıyor ama Afyon’un tarihsel açıdan ne kadar önemli olduğunu bilmiyor. Afyon kaymağı, sucuğu ve geçerken bir takım gıda ürünleri alabileceğimiz yer olarak biliniyor özellikle buraya gelinecek bir şeyler yapılması gerekiyor. Bir hafta sonu da Afyon’a gidelim denecek bir şeyler yapılmalı.”

Katılımcı 20; “Avantajı şöyle düşünün. Burası normal bir yaşam alanında olsaydı, geçiş güzergâhında olmasaydı, ne kadar kişi geçerdi. 10 milyon civarı araç geçiyor. Tesislerde örnekler bulabiliyoruz, ilk akla gelenler keşkek, lokum, sucuk ulaşabiliyorsunuz ama pazar payında bir eksiklik var. Afyon’u bilen, Afyon’un merkezinde bu ürünleri alacakları noktaları da biliyorlar. Yoldan geçerken şehir içine kadar girip bu işletmelerden gıda ürünleri satın alan insanlarda var.”

Katılımcı 24; “Kesinlikle avantaj elbette ki. Tabii şimdi köprülerle birlikte trafik çok rahatladı ama hani potansiyel turistlerin uğrama ihtimali biraz daha azaldı. Ama kesinlikle kavşak noktasında olması çok büyük bir avantaj, şehrin tanıtımında. Şöyle bir sıkıntı da var, hani şehrin içine girmiyorlar aslında ama şehre de çekebilecek tanıtımların o alanlarda yapılabilmesi lazım; yani Özdilek, Afium turistlerin uğrak yeri ama oralardan da şehre inmiyorlar. Şehirdeki cazibe noktalarını biraz arttırabilmek lazım, yani tanıtmak lazım. Mesela turist Afium’a Özdilek’e uğradığı zaman Afyon’da yöresel lezzetlerin sunulduğu bir noktanın orada tanıtımı yapılırsa, işte Afyon’a uğradığınızda buradaki lezzeti tatmadan gitmeyin sloganıyla, mesela. Afyon’a merkeze çekildiğinde orada bir şeyler yiyip, orada sucuk, lokum da alıp, işte o kalaycılar var, eski şeyler satılan bedesten çarşısı var, oralara da belki uğrayıp bir şeyler alıp, ekonomik anlamda katkı sağlayabilir.

Mesela Aşçı bacaksız diye bir lokanta var, tamamen yöresel ve eski, sanırım -kaç yıllık?- 100 yıllık, 100 yılın üzerinde sanıyorum, belki daha fazla kullanılan sandalye ve masalar var, çok eski. Ama tam anlamıyla yöreselliğini, lezzetini koruyabilmiş yerlerden biri. Ama bunun mesela şehir dışından gelenler bilmez. Yani bu tür noktaları da biraz önce söylediğim gibi ön plana çıkarmak lazım.”

Katılımcı 25; “Tabii ki, bence avantaj ama Afyon bunu çok iyi değerlendirmiyor diye düşünüyorum. Neden avantaj? Şimdi Afyon’u merkez alırsanız, işte 1 saat ile 4 saat arası bir süre tuttuğunuzda yaklaşık 22-23 tane şehre çok rahat ulaşabiliyorsunuz. Kaldı ki geçiş güzergâhları üzerinde, yani İç Anadolu’dan Akdeniz’e, İç Anadolu’dan Ege’ye, işte Akdeniz’den Marmara’ya, hep bu geçiş güzergâhları üzerinde. Fakat Afyon’un yapısı gereği biraz kendi içlerinde ilişkileri daha çok yaşadıkları için çok fazla dışarıdan etki kabul etmiyorlar. Gerçi son 3-5 yıldır bu biraz değişmiş vaziyette ama gene de bunun avantajlarını çok kullanamıyorlar diye düşünüyorum. Yani sadece gelip geçenlerin yaptıkları alışverişler biraz ekonomisine katkı sağlıyor. Onun haricinde turizm amaçlı ya da diğer çok fazla etki ettiğini düşünmüyorum. Yani avantajlarını kullanamıyor.”

Afyonkarahisar’ın Gastronomi Destinasyonu Olma Potansiyeli

Afyonkarahisar’ın gastronomi destinasyonu olarak değerlendirilebilirliğini ölçmek amacıyla “Size göre Afyonkarahisar, gastronomi destinasyonu olarak ele alınabilir mi?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların çoğunluğu potansiyelinin olduğunu ancak bu konuda çok çalışmak gerektiğini belirtmişlerdir. Söz konusu soruyu bazı katılımcılar şu şekilde açıklamaktadır.

Katılımcı 2; “Tabii, potansiyel var, reklam yapılırsa, iyi çalışılırsa neden olmasın.”

Katılımcı 4; “Alınır, çünkü herkesin geçiş noktasında olduğu için her yerin mutfağıyla tutunabilecek mekânlar açılabilir. Tüm yörelerin mutfağına yer verilerek burada bir çalışma yapılabilir.”

Katılımcı 6; “Gastronomi destinasyonu olarak ele alınabilir. Sadece yemekleri ile değil, özel araç gereçleriyle, özel törenleriyle, gezekler, nişan-düğün törenleri bir kültür olarak tanıtılması gerekiyor. Manda sütü gibi, yumurta gibi ürünlerinde tanıtılması gerekir.”

Katılımcı 10; “Buraya gelen insanların, evet Afyon’a gittiğim zaman şuraya gidip şunu yemeliyim, evet geldiğime de değdi demesini çok istiyorum. Antep’e günübirlik turlar düzenleniyor, yemek turları, ya da uçakla gidiyor, kebabını, baklavasını yiyip gidiyor. Afyon’da öyle olabilir. Ekmek kadayıfımız bizim meşhur, tandırımız meşhur, kahvaltımız meşhur.”

Katılımcı 11; “Alınır, zengin ve herkesin damak zevkine uygun bir mutfak. Çok farklı şeyleri yok bir Arabaşı dışında. Et ile alakalı çok fazla, insanların genel itibarıyla damak zevkine uygun. Ramazan kebabı, ekmek kadayıfı, köy bükmesi bunlar değerlendirilebilir.”

4.1.7. Katılımcıların Afyonkarahisar’da Gastronomi Turizminin Geleceği Hakkındaki Görüşleri

Betimsel analizde kullanılmak üzere araştırmanın yedinci teması “Katılımcıların Afyonkarahisar’da gastronomi turizminin geleceği hakkındaki görüşleri” olarak belirlenmiştir. Bu temaya bağlı olarak iki adet alt tema oluşturulmuştur. Çalışmanın bu bölümünde katılımcılara varsayıma dayalı sorular yöneltilmiştir. “Afyonkarahisar’da alternatif turizm türü olarak gastronomi turizmi geliştirilseydi; Afyonkarahisar’ın gastronomi markası ne olmalıydı? ve Tanıtım broşürlerinde hangi yemekler ön plana çıkarılmalıydı?” sorularına verilen cevaplar aşağıda sunulmaktadır.

Katılımcıların Afyonkarahisar’da Gastronomi Turizminin Geleceği Hakkındaki Görüşleri

- Gastronomi Markası
- Tanıtım Broşürlerinin İçeriği

Gastronomi Markası

“Afyonkarahisar’da alternatif turizm türü olarak gastronomi turizmi geliştirilseydi; Afyonkarahisar’ın gastronomi markası ne olmalıydı?” sorusuna verilen cevaplar aşağıda yer almaktadır. 8 katılımcı “Kaymak”, 5 katılımcı “Sucuk”, 4 katılımcı “Haşhaş”, 4 katılımcı “Et yemekleri”, 1 katılımcı “Manda”, 1 katılımcı “Domates”, 1 katılımcı “Lokum”, 1 katılımcı “Sıra yemeği” olarak ifade etmişlerdir.

Katılımcı 1; *“Zor soru, manda çok verimli bir hayvan, sonuçta birçok şey mandadan türemiş, sucukta mandadan türemiş, kaymakta öyle, sütte öyle, peyniri de öyle. Baktığınız zaman mozerallada verdiğim örnekte manda sütüyle karışımıyla yapılan bir peynir, bence mantıklı olabilir, her şeyin alt yapısına baktığınız zaman bir şeyi keşfetmek istediğiniz zaman ilk başta onun tarihine inersiniz, köküne bakıyorsunuz her şeyin kaynağı manda, şehri marka yapan sucuk, kaymaksa onların da kökenine inerken manda çıkıyor karışımıza. Logoda manda kullanılabilir, her şeyi birleştirebilirsiniz logoda, hayvan var, tarım var, yer altı zenginliği var, mermer var, baktığınız zaman hepsi bir olgu, yumurta var, tavuk var. Herkes tavuğu Bolu vs. der ama tavuk ve yumurtanın yeri Afyon’dur. Afyon’da ticari satış anlamında çok şey var ama ben buraya geldim, benim burada yemek yemem lazım diyebileceğimiz bir şeyler üretmek lazım alışveriş anlamında var evet, hiçbir sıkıntı yok hem de çok iyi ticaret var sucuk, kaymak, lokum satışları çok iyi. Logonun içinde manda, lokum, haşhaş mutlaka olmalı bu üçü kesin olmalı.”*

Katılımcı 2; “Kaymak.”

Katılımcı 3; *“Bu konuda hiçbir şey düşünmedim ama mevcut olan kaymak öne çıkarılırdı, onunla devam ederdi.”*

Katılımcı 4; “Kaymak.”

Katılımcı 5; “Haşhaş.”

Katılımcı 6; *“Sucuk kesin olmalı, et ve et ürünleri, lokum kesin olmalı, kaymak, haşhaş kesin olmalı.”*

Katılımcı 8; *“Sıra yemeği.”*

Katılımcı 10; *“Et yemekleri ve ekmek kadayıfı.”*

Katılımcı 11; *“Domates, sucuk, kaymak olurdu.”*

Katılımcı 12; *“Et ürünleri.”*

Katılımcı 17; *“Haşhaş.”*

Katılımcı 23; *“Sucuk.”*

Katılımcı 24; *“Gastronomi markası? Çok zor bir soru çünkü seçeneği olan bir şehir bence markalaşma yönünde, ya zaten sucukta ve lokumda, kaymakta bence kendi kendine markalaştığını düşünüyorum o noktalarda. Ama et ürünleri de bu konuda düşünülebilir, diğer et ürünleri yani sucuk dışındaki. Yani sucuk zaten bilinen, kaymak, lokum bilinen. Onlar senelerdir kendi kendine bir marka haline gelmişler. Çünkü yaptığımız araştırmalarda da akla ilk gelenler sucuk, lokum, kaymak. Diğer yöresel lezzetlerle de biraz daha ön plana çıkarılabilir ama neyle marka olur dediğimizde de gastronomi turizminde sucuk, kaymak, lokumun dışına taşımak lazım, tek bir ürün değil de gastronomi anlamında da marka haline gelebilir. Sunumlar, yöresel sunumlar, yöresel lezzetlerle.”*

Katılımcı 25; *“Ağzı açık, bükmeyle marka yaratamayız. Dolayısıyla burada marka olacak ürünler ne olabilir, ekmek kadayıfı marka olmuş, kaymaklı ekmek kadayıfı. Aslında burada şöyle bir bilgi de vermek istiyorum. Ekmek kadayıfı aslında Afyon tatlısı değildir, İstanbul tatlısıdır. Ama kaymaklı ekmek kadayıfı dendiği zaman herkesin aklına Afyon gelir. Hâlen o kuru ekmekler İstanbul’dan gelir, Afyon’da bunu yapan yoktur, bunu bilgi olarak vermiş olayım. Mesela bu marka yaratmış, kaymaklı ekmek kadayıfı dendiği zaman, lokum dendiği zaman, kaymaklı lokum dendiği zaman. Yiyecek olarak marka ne yapılabilir? Keşkek öne çıkarılabilir eğer yemek olarak düşünüyorsak, gıda ürünü olarak sürtülmüş haşhaş bence olur diye düşünüyorum.”*

Katılımcı 9 ise kaymağı tercih etmediğini şu sözlerle açıklamaktadır.

“Neden kaymak değil? Çünkü kaymak taşınabilirliği zor, satış pazarlaması zor, üretimi zor, hani birisi birine hediye götürmek istediği zaman kaymağı çok taşıyamaz, ürünü götüremez, özellikle yaz günlerinde çok sıkıntılı. Ama sucuk vakumladığınız sürece aylarca muhafaza edeceğiniz bir ürün. O yüzden hem satış pazarlama açısından iyi olur, hem özleştirebilir çünkü sanki sucuk. Bence üç şey öne çıkıyor, kaymak, sucuk, lokum.”

Gastronomi markası ile ilgili sorulan sorudan elde edilen bulgulara göre Afyonkarahisar’ın gastronomi markası kaymaktır. Aydın’ın (2015: 159) yapmış olduğu çalışmada da misafirlerden elde edilen bulgulara göre gastronomi markası kaymak olarak tespit edilmiştir. Afyonkarahisar denildiğinde akla ilk gelen gıda ürününün kaymak olduğu her iki çalışmada da tespit edilmiştir.

Tanıtım Broşürlerinin İçeriği

“Afyonkarahisar’da alternatif turizm türü olarak gastronomi turizmi geliştirilseydi; tanıtım broşürlerinde hangi yemekler ön plana çıkarılmalıydı?” sorusuna verilen cevaplar aşağıda yer almaktadır.

Katılımcı 1; *“Tanıtım broşürlerinde burada tandır, keşkek, ekmek kadayıfı, vişnelisi, peynirler, bu peynirlerin ve sütün mutlaka öne çıkartılması lazım. Sucuk zaten %100, sucuk deyince illaki Afyon. Süt, peynir ve kaymak, mandadan türeyen her şey öne çıkartılmalı, şehri öne çıkaran bu zaten.”*

Katılımcı 2; *“Keşkek, tandır.”*

Katılımcı 3; *“Çömlekte yapılan yemekler gibi bizim de keşkek kültürümüz var bunu ön plana çıkarmak lazım. Afyon’un kirazı meşhurdur, logoya kiraz koyulmalı, aslında bilinip de reklamı yapılmayan şeyler ön plana çıkarılmalı.”*

Katılımcı 4; *“Ekmek kadayıfı, sucuk, kiraz ve vişne, haşhaşa da önem verilmeli. Afyon’un özel vişneleri olarak Afyon yerine yapan, meyve suyu reklamları var. Manda sütü ve manda yetiştiriciliği ön plana çıkarılmalı.”*

Katılımcı 6; *“Keşkek ve Afyon kebabı.”*

Katılımcı 9; “Tandır, kavurma, keşkek, kaymaklı ekmek kadayıfı, sakala sarkan çorba, katmer, bir de haşhaşın kendisi, kabuklu haşhaş.”

Katılımcı 10; “Yaren geceleri, gezek kültürü ön plana çıkarılabilir. Haşhaşlı çörekler dâhil edilmiş kahvaltılar olmalı.”

Katılımcı 11; “İnsanlar iyi tarım uygulamalarına meraklı olduğu için hormonsuz yetişmiş ürünleri satın alırlar. Jeotermalden dolayı 12 ay yetiştirebilme şansımız olduğu için domates ve diğer sebzeler ön plana çıkarılmalı.”

Katılımcı 17; “Lokum, tandır ve keşkek.”

Katılımcı 18; “Hamur işleri.”

Katılımcı 20; “Soda”

Katılımcı 23; “Manti.”

Katılımcı 24; “Musakkaları, Afyon’un musakkaları meşhurdur ve çoğu sebzenin de musakkası yapılır. Bunun dışında göce çok kullanılmakta, göce ile ilgili yemeklerin mutlaka listede yer alması gerekir. Bamyayı zaten, bamya ve keşkek dediğim gibi hani başka illerde de var ama bamya ve keşkek Afyon’a özgü olan haliyle tanıtılması, sunulması gerekebilir. Bunun dışında hamur işlerinde mesela biz en çok ağzı açık ve bükmeyi biliyoruz, en çok zaten onlar yapılmakta ama hamur işlerinde mesela, cızdırma, haşgeşli börek, yöresel isimleriyle de birlikte, Afyon övmesi, pişi, cımcık hamur aşısı; cımcık hamur aşısı mantının aslında farklı bir türü, göce köttüsü, yine çok, sunumu da lezzeti de güzel olan yiyeceklerden biri. Yani en bilinenlerin yanında bu bilinmeyen lezzetlere de listelerde yer vermek lazım.”

Katılımcı 25; “Sıra yemeklerinde Afyon’a ait bazı şeyler var, örneğin; musakkalar mesela, biraz önce örnek verdiğim maydanoz musakka, çoğu şehirde ya da Türkiye’de bilindiğini düşünmüyorum, ben ilk defa burada karşılaştım. Gerçekten iyi yapıldığı zaman çok güzel. Onun haricinde afiyan otu var mesela. Afiyan otu olabilir. O mesela kullanılabilir, değerlendirilebilir. O mesela sadece Nisan-Mayıs aylarında oluyor, haşhaş tarlalarında o yeni çıkmış şey, başka ne kullanılabilir, yani Afyon’un geleneksel lezzetlerini kullanmakta fayda var fakat kabul edilebilir, bir ağzı açık, bükme ile piyasaya girilmez, onları çok iyi araştırıp seçmek lazım, bulmak lazım.”

4.1.8. Katılımcıların Afyonkarahisar’da Gastronomi Sunumunun Geliştirilmesinde Yapılacakların Belirlenmesine Yönelik Görüşleri

Betimsel analizde kullanılmak üzere araştırmanın sekizinci teması “Katılımcıların Afyonkarahisar’da gastronomi sunumunun geliştirilmesinde yapılacakların belirlenmesine yönelik görüşleri” olarak belirlenmiştir. Bu temaya bağlı olarak alt tema oluşturulmamış olup, katılımcıların genel değerlendirme yapmaları istenmiştir. Genel değerlendirme yapılırken araştırmacı tarafından bazı katılımcılara öneriler sunulmuş ve değerlendirmeleri istenmiştir. Çalışmanın bu bölümünde katılımcılara “Afyonkarahisar’da gastronomi turizminin geliştirilmesi için yapılacaklar nelerdir? sorusu yöneltilmiş olup, verilen cevaplar aşağıda sunulmaktadır.

Katılımcı 1 yiyecek içecek işletmelerini şu şekilde değerlendirmektedir.

“Esasında şöyle: bir mutfak var Afyon’da, gastronomik mutfak fakat bunu sunacak restoran ya da yöresel işletmeler az, şehir içinde bazı restoranlar, onlar çok iyi sunuyor onun haricinde çok fazla yok. Yol üstü tesislerde bu iş olabilir. Mesela biz otelimizin a la carte restoranında bir sunum yaptık mesela. Bu sunum Afyon mermeri üstünde et sunumu yani her şeyi ile lokal, tabağıyla da lokal etyle de lokal, restoranıyla da lokal, her şeyiyle lokal. Halva (Bonfile) diyoruz, onu mermerde sunuyoruz. Kar yağdığı zaman biz mangalı dışarı çıkartıp sucuk partisi yaptırıyorum. E şimdi adam Uludağ’a gidiyor, kayak yapıyor, sucuk partisi yapıyor. Bursa’nın sucuğu meşhur değil ki, orda onu yapıyor, biz yapıyoruz ama burada yapılmıyor, burada yapılmaması ayıp zaten. Konaklar korunması gereken değerler, çok iyi tandır yapan bir yer var. Aşçı bacaksız mesela burası korunması gereken değerler böyle yerler artmalı işte, böyle yerler arttıkça bu Afyon’daki yiyecek gastronomi restoran bizim sektörümüze etkisi fazla olacaktır. Yoksa her yerde lokanta var ev yemekleri satan, sokakta döner satan bunlar her yerde var. Tabi bu bahsettiğimiz yerlerin burada olmadığını düşünün. Afyon’da gastronomik bir şeyden bahsedebilir miyiz, bahsedemeyiz, böyle yerler korunmalı haklı olarak. Hani biz tavsiye ederken şehirde biz çarşıya çıkacağız, alışveriş yapacağız, nerede yemek yiyelim dedikleri zaman ‘şu döner’ değil, aşçı bacaksız vs. lokal ürün sunan, buranın

lezzetlerini sunan yerleri tavsiye ediyoruz ki, insanlar oralara gitsin, buralar korunsun diye. Yoksa her yer lokanta, her yer dönerci, her yer hamburgerci, bunlar her yerde var. (....) Aşçı bacaksız sadece tandır var, ekmek kadayıfı var, belli, bildiğimiz sadece bir örnek var, daha da araştırsak birkaç dükkân daha çıkar diye düşünüyorum.”

Tek uzmanlık alanına yönelik işletmelerin açılmasının gastronomi turizmi açısından Afyonkarahisar’a bir etkisi olup olmayacağı Katılımcı 1’e sorulmuş olup, cevabı aşağıda yer almaktadır.

“Bizde ticari olgudan dolayı her şeyi satmak istiyor. Döner satan su satıyor, sakız satıyor, tekel bayisi oluyor. Her şeyi satmaya çalışıyor veya her şeyi satmak istiyor. Böyle bir durum var (....). Buna sahip çıkmakla ilgili, buna ilk başta halk sahip çıkacak. Burada sadece bükme satarak evini geçindirebilecek mi esnaf? O tarafından baktığınız zaman da sonuç olumsuz çıkıyor. Bükmenin yanında tost da satıyor, çay da satıyor, kahve de satıyor. (....) Afyon ve çevresinde de birçok gezilecek yer var. Mesela Eskişehir, Kütahya, Afyon gezilir, buradan çıkılır, Denizli’ye, Konya’ya veya Antalya’ya geçilir, çok fazla yer var bunun da ortası Afyon zaten, sadece sucuk, kaymak? Evet, sucuğu, kaymağı yersiniz, alışverişinizi yapar gidersiniz. Ama şimdi bir Antep çarşısına çıktığınız zaman, bir Afyon çarşısına çıktığınız zaman Antep’in kendi ürününe daha sahip çıktığını görürsünüz. Baktığınız zaman Afyon’da dönerci çok, Antep’e gittiğiniz zaman dönerci yok, daha çok kebabçı var, Adana’ya gittiğiniz zaman daha çok kebabçı var. Afyon’da her sektörden dükkân var, uluslararası zincirler var, yerel zincirlerin restoran ve kafeleri, her yerleri var ama atıyorum Adana’ya gittiğinizde kebabçı daha fazla, Antep’te daha fazla.”

Katılımcı 1 Afyonkarahisar’da ulaşım yetersizliğini şu şekilde değerlendirmektedir.

“Afyon her yere yakın, geçiş yolu fakat tabii ki burayı çok arzulayan, çok gelmek isteyen özellikle Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gaziantep, Adana, Hatay tarafından gelen misafirler var fakat bu bölgede ulaşım eksikliği var. Mesela Gaziantep’ten kalkan uçak Ankara’ya inse Ankara’dan buraya geliş 2,5 saat. Buradan sadece İstanbul’a uçuşlar var ama uçuş saati turizmi destekleyecek saatler değil maalesef. (....) Buraya bir hızlı tren geldikten sonra bizim otelimiz gibi 5 tane

otel geleceğini düşünüyorum ben, geldiği zaman da burası daha farklı bir yer olacaktır. Ümidim o.”

Katılımcı 1 Afyonkarahisar’da gastronomi ile ilgili etkinliklerin yapılabilmesi için gerekli olan hususu şu şekilde açıklamaktadır.

“Şöyle, birçok etkinlik yapılabilir, hepsi yapılır. En önemli şey ulaşım, yani insanları buraya ulaştırmak lazım ilk başta. Ulaşım arttıkça katılım artar.”

Katılımcı 1 turizm paydaşlarının çalışmaları hakkındaki düşüncelerini şu şekilde dile getirmektedir.

“Ticaret odasının etkisi, Belediye, Valilik, yerel yönetimlerin etkisi pozitif gözükse de hayata geçirilmiş spesifik bir örnek çok yok maalesef.”

Katılımcı 2; *“Açık büfede yöresel yemeklere yer vermek gerekiyor. Yerli turiste önem verilmeli. Fuarlar düzenlenebilir, broşürler bastırılabilir, Afyon’da öğrenci olmasa fast food tercih edilmez. Afyonkarahisar Valiliği tarafından düzenlenen kültür turu kapsamında yöresel bir restoran ile anlaşılabilir, burada yöresel lezzetler tattırılabilir, tura ilave edilebilir.”*

Katılımcı 3; *“Kiraz festivali ilgisizlikten dolayı yapılamıyor, bunu ilgi çekecek hale getirmek lazım. Yöresel işletmeler açılmalı, tek uzmanlık alanına yönelik yerler açılmalı. Ağzı açık, gözleme, katmer gibi yiyecekler çarşı dışında turistlerin ziyaret edeceği bölgelere işletmeler kurulabilir.”*

Katılımcı 3 turizm paydaşlarına düşen görevleri şu şekilde açıklamaktadır.

“Önce şunu söyleyeyim, Afyon Valiliği’nden tutun Kültür ve Turizm Müdürlüğü’ne kadar tüm hepsinin bu işte bir rolü var ama en büyük rol işverenlere aittir. İşveren ne kadar iyi yönetirse diğer işletmelerde ona göre hazırlığını yapar. Turizme açık olmayan bölgeler açarak hizmet sahasını geliştirerek turizmi geliştirebilir.”

Katılımcı 4; “Yörenin termal ve mermerden oluşmadığını insanlara anlatmak gerekir. Yerel halka da geçmişinde yaşadığı güzellikleri şu an günümüze uyarlanabilecek ortamlar sağlanması gerekir. 40 yaş üstü yerli turist profili var, bu kişileri gastronomiye çekmek için tanıtım çok önemli ama yapılamıyor, sucuk festivali bile yapılabilir, manda kaymağı, kiraz festivali yapılabilir. Yiyecek içeceklerle ilgili tüm Türkiye’de Afyon’a özel tanıtım için dernekler kurulup tanıtılabilir. İllerindeki yiyecek ve içecek işletmeleri ve otellerine sahip çıkmak gerekir. Bu sadece otelci ve turizmcilerin yapacağı şey değildir. El birliğiyle çalışmak gerekir. Eğer bu oteller sayesinde Afyon’a bu kadar insan geliyorsa küçük esnafların da insanları otellere davet edip tanıtımda yer almalıdır. El ele olsa daha iyi olur.”

Katılımcı 5; “Seracılığa yönelmek lazım. Biz otelimiz için salkım domates üretiyoruz. Misafirlere Antalya’dan gelen domatesleri veriyorum bir de kendi domateslerimizi veriyoruz, bizim domatesleri beğeniyorlar. Şu anda en güzel yapılacak şey seracılık.”

Katılımcı 6; “Gastronomi ve aşçılık bölümleri var. Afyon’un yerel ürünlerini tanıtan festivaller yapılabilir. Yapılan yerel festivallerde tanıtım eksikliği var, pazarlamanın çok iyi yapılması gerekiyor. Bir takım reklamlarda Afyon vişnesi olarak bahsediliyor bunlar iyi gelişmelerdir. Hafta sonu turistlerine yönelik bir şeyler yapılmalı. Eski Afyon’u canlandırmak, konakları tanıtmak gerekiyor. Eskişehir bu anlamda çok güzel başarmış, baktığımız zaman Eskişehir’de gününbirlikçiler çok fazla, aslında bu çok istenen bir durum değil ama o bölgeyi canlandırmak açısından önemli olduğunu düşünüyorum.”

Katılımcı 6 yerel restoranları şu şekilde değerlendirmektedir.

“Afyon’u gerçekten tanıtacak işletmeler açılmalı. Esnaf lokantası dediğimiz yerel işletmeler var, bu yerler geliştirilmeli sadece erkek müşterilerin değil, ailelerinde gelebileceği, dışarıdan gelen turistlere hizmet verebilecek yerler olması gerekir.”

Katılımcı 6 turizm paydaşlarının görevleri hakkındaki düşüncelerini şu şekilde dile getirmektedir.

“Bütün herkese düşen görev işbirliği içinde çalışması gerekir. Örneğin; üniversite, belediye işbirliğinde yürütülürken halk göz ardı edilmemeli, halkın da istekleri göz önünde bulundurulmalı ama tabii bir de halkta bunu istiyor istemiyor diye düşünülmemeli, halk ikna edilmeye çalışılmalı. Çavuşbaşı’ta halk kazanç noktasında yardımcı olursanız onun da tepki göstereceğini düşünmüyorum, onu da bu işin içerisine dâhil etmek gerekiyor. Her ev için kazanç merkezi olabilir, evin bahçesine üç tane masa koyup otantik süsleyip çay satabilir. Evleri tadilat yapıp mimari açıdan zenginleştirmek değil de oradaki kişilere de bu payı vermeliler.”

Katılımcı 8; *“Kentsel sit içerisindeki evlerimizi turizme kazandırılmasını Bakanlık olarak her zaman destekledik. Şu an onların restorasyonları 220 civarında, merkezde burada 200 civarında, restorasyonu Bakanlığımız tarafından gerçekleştirildi. Dış cephe restorasyonları, biz bunu destekliyoruz. Neden destekliyoruz? O evler tamam insanlar müdahale edemiyorlar, yıkılamıyor ama en azından turizme kazandırılmalı. Turizme kazandırılırsa, işlevsel hale getirilirse insanlara çekici gelir (....). 4 tane konağımız var. Şehitoğlu, Mihrioğlu, Kadınana Konağı. Onlar işlevsel ve hakikaten insanların ziyaret ettiği ve para kazanılan yerler şu an. Böyle olunca da cazip hale geliyor o evler (....). Sıra yemeği kültürü var. Sıra yemeği hakikaten konaklarda veya restoranlarda olabilir, turistlere sunulabilir (....). Afyon’un en şanslı tarafı kentsel sitin kaleye yakın olması.*

Katılımcı 9 Afyonkarahisar’ı tanıtmak amacıyla yapılması gereken etkinliği şu şekilde açıklamaktadır.

“Dünya rekoru. Benim önerdiğim bir şey vardı 03.03 Afyon. Her yılın 3 Mart’ı Afyonlular günü olsun Türkiye’nin her yerinde ve o yerlerde Afyon’a ilişkin etkinlikler olsun. Mesela bu sene atıyorum İstanbul’un bir meydanında yapılsın, seneye İzmir’in Konak meydanında yapılsın diğer sene Ankara’nın Kızılay meydanında yapılsın. Afyonlular günü, neyimiz varsa oraya sergileyelim. Sucuğumuzu, lokumumuzu, ekmeğimizi, katmerimizi neyimiz varsa ve bir ses

getirecek şekilde ilk bunu ilan ettiğimizde 3 Mart'ta rekor kıralım. Ne rekoru kıralım? İşte en uzun lokum değil mi? Şu ana kadar ne kadar yapılmış, atıyorum 300 metre, sen 320 metre yap. Mesela en uzun sucuk, Kayseri yaptı bunu, dünya rekoru kırdı, onlar kaç metreyle kırdıysa sen 2 metre fazlasıyla kır. Böyle ses getirebilecek veya en blok en fazla manda kaymağı tek seferde oluşturulabilen, en fazla manda kaymağı, seni öne çıkarabilecek ne varsa ses getirecek ama ve 3 Mart, 3 Mart iyi bir tarih aslında, bunu önermiştim ben bir toplantıda ses getirdi aslında, yerel medya çok sahiplendi bunu, çok kullandı ama olmadı. Belediye, sivil toplum yapması lazımdı ama olmadı üstüne gidilmedi, aslında bu müthiş bir slogan yani."

Katılımcı 10; "Tatuta turizmi geliştirilebilir (...). Yöresel yiyeceklerin satıldığı ve hazırlandığı tesisler olmalı. Nereden yola çıkarsa çıksın insanlar 3-4 saat sonra Afyon'da buluşuyor ve insanlar mola veriyor. Yol güzergâhı tesisler kaliteli, bir de Afyon'un yöresel yemekleri sunulsa daha iyi olur. Festival yapılabilir, tanıtım yapılabilir. Tüm Türkiye'deki Afyonlularla irtibata geçip etkinlikler yapılabilir. Sandıklı'da üniversite civarında yöresel işletme açılabilir. Hem öğrencileri eğitmiş oluruz hem de yörenin bayanlarını çalıştırarak onlara iş olanağı sağlarız."

Katılımcı 11; "Otantik restoranlar olmalı, insanların kendi ekmeğini ısıttığı, kendi patatesini pişirdiği kuzineleri olan dükkânlar olmalı. Televizyondaki gurme programları davet edilip Afyon lezzetleri tanıtılmalı. İnsanlar gurmelerin yazdıklarını önemsedikleri için bu kişiler Afyon'a gelip Afyon lezzetleri tattırılmalıdır. Gazetelerin lezzet sayfalarında muhakkak yer almalı. Tarihi konaklarda patates, ev ekmeği, mercimekli bükmeleler satılmalı. Otantik mekânlarda da satılmalı. Sabah ve akşam büfeleri otelde çok zengin olduğu için otellerin çabaları yeterli olmuyor. Afyon lezzetleri otantik mekânlarda sunulmalıdır."

Katılımcı 12; "Afyon'un kendi halkı da dışarıda yemek yemesi gerekiyor (...). İnsanlar lüks restoranları her yerde bulabiliyor hele İstanbul'da, Ankara, İzmir'de, kısmen Eskişehir'de. Zaten o yerlerde yemek yiyorlar. Ben olsam, burada birçok dağ var, kale var, konaklar var, manzaraları muhteşem ama talep olmadığı için çay bile

satmıyorlar. Yerel yönetim bunları canlandırıp, nasıl Erzurum'da cağ kebab yapılyorsa burada da tandır yapılsın, paça çorbası yapılsın, bir yerde hamur işi yapılsın. Ramazan'da panayır şeklinde insanların gezip bir şeyler alabileceği yerler olmalı, sucuk ekmek yol üstü satan yerler olsun. İyi bir restoran bile 20.00-21.00'da kapatıyor, daha çok öğle yemeği sunuyor, bu yerler çoğaltılmalı. Yerel yönetim tanıtımlara önem vermeli, derneklere destek vermeli (....). Teleferik yapılabilir, teleferik bile Afyon'u canlandırır. Eyüp ve Pierre Loti'ye yapılan teleferik canlandırıyor. Eskişehir'de deniz yok ama bir şey yaptılar ve iyi tanıtılar. Akarçay yapıldı, gerçekten çok şık, çok güzel ama Uydukent'te olan biri bilir, diğerleri bilmez.”

Katılımcı 13; “Afyon lokum şenlikleri, Afyon sucuk şenlikleri yapılabilir, süreç uzun tutulmalı ya da farklı süreçlerde farklı etkinlikler yapılmalı. Yöresel restoranlar açılıp yöresel kıyafetlerle sunum yapılmalı.”

Katılımcı 14; “Bu sektördeki kişileri toplayıp çalıştay yapılabilir, neler yapılabilir diye. Bu çalıştay sonuçları belediye ve valilikle paylaşılabilir. Çalıştay da yerel yönetim yetkilileri de çağrılıp büyük bir çalışma yapılabilir. Sivil toplum kuruluşları, Valilik birimleri, Belediye hep birlikte çalışma yapılabilir, tanıtılabilir.”

Katılımcı 16; “Halkı teşvik etmek lazım, bir kere ile bu destek olmaz, sürekli destek verilmeli ki turizm gelişsin, hediyelik magnetler yapılmalı, geliştirilmeli. Afyon'da rehber yok, rehber rehberi getirir, rehber turisti getirir. İnsanlar buraya geldiğinde, rehber rehberi çağırır. Müdürlük kurslar açarak turist rehberi yetiştirmelidir.”

Katılımcı 17; “Belediye olarak devam eden projelerimiz var, bu projelerde yöresel ürünlerin satılacağı yerler ve yöresel lezzetlerin sunulduğu restoranlar olacak.”

Katılımcı 18; “Belediye yöresel yemek yarışmaları düzenliyor. Profesyonel aşçılara sponsor oluyor.”

Katılımcı 20; “İlk başta turizmin, otelciliğin ya da gıda sektörünün biz çalışanlarına çok önemli görevler düşüyor. Personel konusunda sıkıntı çekiyoruz. Belediyenin, departman yöneticilerinin bu işi sevdirmek için en alttan başlatmak lazım. Komi ve garsonluk mesleğine vasıfsız elaman olarak bakılıyor. Bizim en büyük hatamız, yerel yönetimlerin ve personellerin eğitimi gerçekleştirilmeli, eğitim maliyetli bir konu, hep birlikte işbirliği ve ortaklık yapılmalı. Yerel yönetim, sektör temsilcileri ve çalışanlar arasında ortaklık olmalı.”

Katılımcı 21; “Bir kere şu çok önemli bizim mesleğimizde. Bizim dokunuş dediğimiz bir şey var hizmet sektöründe. Öyle bir hareket yaparsın ki insanların aklında mutlak yer edinirsin, aşçı olarak bir davranış, yönetici olarak bir davranış. Bir kere biz doğru davranmayı öğrenmemiz lazım, doğru davranmaktan kastım, insanları pamuğa saralım, bibloya koyalım dokunmayalım değil. Konuşarak, iletişime geçerek yani bizim amacımız, sizin tatil kalitenizi arttırmak, yemek zevkinizi, yemek kültürünüzü, doyumunuzu en üst noktaya çıkarmak, bunun için çabalıyoruz ve bunun için sizinle iletişim halinde olduğumuzu hissettirdiğimiz an, iyi niyetle beraber sevgiyle yaklaştığımızda gelen misafirlere, onlardan bıkkınlık hissettirmeden sürekli gülerek, sürekli tatlı dille, hitap şekillerimizi hanımefendi, beyefendi dışına çıkarmadan gelen insanları buraya tekrar getirmeliyiz. Önce geleni tekrar getirmeyi başarmamız lazım, Afyon önce bunu sağlamalı, tekrar geldiğinde gelirken başkalarını da getirecek yani geldi, zaten geldi önemli değil diyemeyiz. Bu şekilde gelen insan topluluğu çoğaltılmalıdır. 3 insandan 2’si mutsuz ayrılırsa, onların gelmeyeceği gibi gelmeyenleri de engelleyecektir. Burada otele, valiliğe, belediye’den en alt kademedeki çalışan komiye de iş düşüyor. Burada herkes misafiri memnun etme çabasında olursa emin olun ki turist sayısı zamanla daha da büyüyecektir.”

Katılımcı 21 Afyonkarahisar’ın sahip olduğu gastronomi değerini şu şekilde açıklamaktadır.

“Afyon’un gastronomisi güçlü bir şehir. Gastronomisi neden güçlü? Ürün konusunda sıkıntı yaşayan bir şehir değil. Yani gastronomi dediğimiz zaman aklımıza ilk gelen şey maliyet. Etin maliyeti, sütün maliyeti. Mesela import dediğimiz Avrupa peynirleri üreten bir şehir burası. Çedar, Edam, Mozeralla, biz bunları Antalya’da tüketiyoruz, bunların yurtdışından geldiğini düşündük ordayken ve ben Afyon’a geldikten sonra bu peynirlerin Afyon’da üretildiğini öğrendim. Yani ürün maliyeti düşük bir şehir. Burada gastronomi geliştirilecekse insanları bu şekilde cezbedebiliriz. Yani başka bir şehirde 5 TL’ye aldığını burada 2,5 TL’ye alabiliyorsun ve daha kalitelisini bulabiliyorsunuz çünkü hala Anadolu kültürü var, hala hayvancılık var, hala tarım var, bozulmamış yani bu kültür, bu mozaik bozulmamış, hala bir şeylerin ucuz alınabileceği yer, ucuz üretebiliyorsunuz. Gastronominin en önemli konusu maliyet olduğu için bence burada gastronomi geliştirilebilir.”

Katılımcı 21 tek uzmanlık alanına yönelik işletmeleri şu şekilde değerlendirmektedir.

“Müthiş bir AVM kültürüyle alakalı bir şey. Bir İskenderci düşünün, dükkân ağzına kadar doluyor, neden doluyor? Çünkü sadece İskender satıyor. Şöyle düşünüyorsunuz, bir yer sadece İskender satıyorsa, tek ürün yapıyorsa eminim ki en iyisini yapıyordur. Çünkü odak noktaları İskender. Tüketicilerin en önemli cezbeden bu aslında. Bir yer sadece hamburger yapıyorsa emin olun ki en iyisini yapıyordur. Başka bir şeyle uğraşmıyor, hamburgeri nasıl en güzel yaparım diye uğraşıyor, mevcut zekâsını oraya yoruyor, mevcut fiziksel gücü oraya yoruyor, mevcut maddi gücü oraya veriyor ve ortaya güzel şeyler çıkıyor. Aşçı bacaksız sadece tandır yapıyor, tüm odak noktası, tüm mali gücü, tüm psikolojisi, zekası onun üzerine yoğunlaşmış durumda ve zirvede şu anda ve gelen insanlar da biliyor ve gidiyor (...). Doğru bir reklamla sadece keşkek yapan işletmeler olabilir, faydalı olabileceğini düşünüyorum.”

Katılımcı 21 yol üzerindeki işletmeleri şu şekilde değerlendirmektedir.

“Şu çok önemli, tesislere girdiğiniz zaman verilen ürünler hep iç tarafta, görseli yok. Kişi aşçıyı görmezse, masayı görmezse, biz toplum olarak bir şeye dokunmadan, görmeden var olduğuna inanan bir toplum değiliz. Sucuk tabelası ile sucuk satamazsınız ya da tandır tabelası ile tandır satamazsınız, tabela ile ürün

satamazsınız. Ürünü görmesi lazım müşteri. En önemli detayın bu olduğunu düşünüyorum. Bir şeyi tüketmemiz için görmemiz veya dokunmamız lazım. Tabela ile bu topluma bir şey satamazsınız, bir şeye inandıramazsınız. Burada da ciddi manada tabela kirliliği var, her yerde sucuk tabelası var, her yerde et tabelası var, her yerde süt tabelası var ama hiçbir yerde ürünün görseli, ürünün kendisi yok. İçeri girmek gerekiyor bu da belki en büyük dezavantaj. Bunlardan kurtulursak bence faydalı olacaktır.”

Katılımcı 22 gastronomiden etkin bir şekilde yararlanabilmek için turizm paydaşlarına düşen görevleri şu şekilde açıklamaktadır.

“Belediyeye düşen görevlerden bir tanesi, belediye sonuçta yerel kamuyu temsil ettiği için, örneğin 40 hatimli aşure şenlikleri gibi şenlikler yapıyor. Bunun dışında bir kere yerelliği temsil eden kaynakları koruyacak yani Bedesten bölgesi, Mevlevihane bölgesi, bölgeyi koruyup geliştirecek. Onun dışında bence şey yapılabilir, bununla ilgili şimdi kent müzesi hazırlıkları var, kent müzesinde bunu desteklediler, biz yemek kültürü kısmını düzenleyerek hazırladık, yarışmalar yapılabilir. Bunun dışında tanıtım broşürleri hazırlanabilir. Üniversiteye düşen görevler dediğimizde, onu biz bir noktaya kadar yaptık, yemek kültürünü en azından kayıt altına aldık, söz uçar yazı kalır dedik kayıt altına aldık, fotoğrafladık ama bence o da yetmiyor. İşte belediye, valilik ve üniversite arasında bir proje hazırlanıp köylerine kadar büyük bir ekiple belgesel haline getirmek ve bunu orijinal kişilerle yapmak, yerel ağza uygun şekilde kullanarak, üniversitenin bu konuda yapabileceği en büyük artılardan bir tanesi bu işin bilimsel boyutunu planlamak. Köy bazında olması gerekiyor hatta bunun sponsoru belediye ve valilik olması gerekiyor. Üniversitenin bir diğer görevi de bence şu, yani tanıtım, gastronomi amaçlı tanıtımla neler yapabileceği konusunda destek olabilir burada bence. Gastronomi konusunda en fazla iş yapacak gruplardan bir tanesi esnaf dediğimiz, olayın ticari boyutu yani sektör dediğimiz kısım. Bir kere onların az önce söylediklerimi menülerinde bunlara yer vermeleri gerekiyor, aşçıları bu konuda yerel halkla çok içli dışlı olması ve menülerini yerelden oluşturması gerekiyor. Afiyan mesela, illa afiyan salatası olarak kullanması gerekmiyor, kaymağı illa ekmek kadayıfında kullanması gerekmiyor.

Başka bir yemeğin malzemesi haline getirecek yeni lezzetler üretmede, mesela farklı lezzetler üretmede kullanabilirler.”

Katılımcı 24; *“Afyon’un kesinlikle tamamen Afyon yemeklerinin bulunduğu restoranlara ihtiyaç var. yani dekorasyon olarak Afyon’u yansıtmalı, sunum olarak Afyon’u yansıtmalı, yöresel tabak olarak, pişirme yöntemleriyle birlikte genel renk kombinasyonu, her şeyiyle birlikte Afyon yemekleri dışında başka yemek olmamalı, böyle bir yere ihtiyaç var. Belediye ve valiliğin desteğiyle böyle bir yer açılabilir ve sadece şehir dışından gelenler değil, Afyon’da yaşayan birçok insan da ziyaret edebilir. Öğrenciler, biz çalışanlar, Afyon’un yerel halkı da dâhil olmak üzere birçok insanın da ziyaret edeceği bir nokta olacağını düşünüyorum. O yüzden böyle bir noktaya ihtiyaç var bence. Şehir dışından gelen biri de Afyon’a geldiğinde ne yenir diye baktığında bu restoran zaten isim olarak duyulmaya başlandıktan sonra bu nokta turistlerin uğrak yerine dönüşecektir, böyle yerlere ihtiyaç var.”*

Katılımcı 25; *“Şimdi, bence üniversitenin yapmış olduğu çok güzel bir çalışma var, Afyon yemek kültürü diye bir kitabımız var, biz revizesini yapmıştık 2009 yılında. Mesela ondan faydalanılabilir ama onun da ulaşılabilir olması lazım. Şu anda o kitaba ulaşmak çok zor. Çünkü biz kendimiz yazarlar olduğumuz halde çok zor ulaşıyoruz hatta şu anda ulaşamıyoruz. Onların tüm federasyonlara, Türkiye’deki aşçılık federasyonlarına gönderilmesi seçenek olabilir. Ünlü aşçılara gönderilip onların fikirleri alınabilir, hatta Afyon’a çağrılıp o lezzetler tattırılabilir. Böyle şeyler yapıldığı zaman etkili olur diye düşünüyorum ama sadece kitap yazılmış vaziyette kalmış görünüyor şu an.”*

4.2. KIYASLAMA SONUCU ELDE EDİLEN BULGULAR

Bu bölümde Afyonkarahisar ve Gaziantep illerindeki yiyecek içecek ile ilgili konular şehir kıyaslaması kapsamında sunulmuştur. Kıyaslama için UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı gastronomi alanında 18 şehirden biri olan Gaziantep uygun görülmüştür. Afyonkarahisar’ın gastronomi alanında ilerleyebilmesi için hangi

politikaları, uygulamaları ve aşamaları izlemesi gerektiği Gaziantep'ten öğrenilmeye çalışılmıştır. Kıyaslama yapılmasının amacı; Gaziantep'in gastronomi alanındaki başarısında etkili olan faktörleri belirlemek ve Gaziantep gastronomi uygulamaları örnek alınarak Afyonkarahisar'da gastronomi sunumunun gelişmesi adına yapılacakları belirlemektir. Doküman analizi ve gözlem ile elde edilen bulgular bu bölümde kıyaslama olarak sunulmuştur. Ayrıca Gaziantep ve Afyonkarahisar illeri gastronomi şehri rehber kriterleri ışığında kıyaslanarak mevcut gastronomileri değerlendirilmiştir.

4.2.1. Doküman Analizinden Elde Edilen Bulgular

Yöntem bölümünde daha önce belirtildiği gibi çalışma kapsamında, Afyonkarahisar ve Gaziantep illerinde bulunan valilik, kaymakamlık ve belediye gibi yerel yönetimlere ait web siteleri incelenmiştir. Yerel gastronomiyi sergileyen yapılar, yerel yiyecek ve içeceklerin satıldığı mekânlar veya yöresel yiyecek içeceklere yönelik, web sitelerinde bilgi ve görsel yer alıp almadığını ve bilgi içeriğini tespit etmek amacıyla bu analiz yapılmıştır. Tablo 15'te yerel yönetimlere ait web sitelerinde yer alan bilgiler sunulmaktadır.

Gaziantep ve Afyonkarahisar yerel yönetimlerine ait web sitelerindeki yerel gastronomi ile ilgili bilgi ve görseller aşağıda karşılaştırılmaktadır.

- Afyonkarahisar yerel yönetimine ait web sitelerinde yerel yiyeceklerle ilgili bilgiye ulaşımın dolaylı yoldan olması, diğer bir ifade ile birkaç alt başlıktan sonra ulaşılması sağlanırken, Gaziantep yerel yönetimlerine ait web sitelerinde ise genellikle ana sayfada Gaziantep Mutfağı başlığı bulunmakta, dolayısıyla bilgiye ulaşım daha kolay olmaktadır.
- Afyonkarahisar yerel yönetimine ait web sitelerinde yiyecek içecek ile alakalı bölümler farklı alt başlıklarda bulunmakta, diğer bir ifade ile bilgiler Afyonkarahisar mutfak kültürüne ilişkin bir ana başlık altında toplanmamaktadır. Gaziantep yerel yönetimlerine ait web sitelerinde ise genellikle Gaziantep Mutfağı başlığı altında bilgilerin çoğunluğuna tek seferde ulaşılabilir.

- Gaziantep yerel yönetimlerine ait web sitelerinde genellikle ana sayfada Gaziantep mutfağına ait yöresel ürünlerin (Antep fıstığı, kuru dolmalıklar, baklava, bazı yöresel yemekler) görselleri bulunmaktadır. Afyonkarahisar Valiliği ve İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü web siteleri hariç, Afyonkarahisar’ın diğer yerel yönetimine ait web sitelerinde yöresel yiyecek ve içeceklerin görselleri ana sayfada bulunmamaktadır. Afyonkarahisar Valiliği’ne ait web sitesinde ana sayfada lokum ve haşhaş tarlası (haşhaş bitkisinin çiçek hali) görselleri bulunmaktadır. Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’ne ait web sitesinde ise sucuk, katmer, bükme, vişne hoşafı, kaymaklı ekmek kadayıfı, haşhaş tarlası (haşhaş bitkisinin çiçek hali) görselleri bulunmaktadır.
- Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’ne ait web sitesinde “Ne yenir” bölümünde hangi zamanlarda hangi yiyeceklerin tüketileceği (Örneğin keme kebabı, sarımsaklı lahmacun, yenidünya kebabı yılın her döneminde bulunmamaktadır.) belirtilmemiş olup, bazı yemek, kebab ve tatlıların tüketilmesi gerektiği belirtilmiştir. Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’ne ait web sitesinde “Ne yenir” bölümünde ise bazı yemek tariflerine yer verilmiştir. Ayrıca Afyonkarahisar’ın bazı yöresel yemeklerinin isimleri bulunmakta olup, bu yemeklerin çoğunluğunu sunan yiyecek içecek işletmesi bulunmamaktadır. Dolayısıyla “Ne Yenir” sorusunun cevabını karşılayan bilgi ve görsel bulunmamaktadır. Afyonkarahisar’da “Ne yenir” bölümünde sabah kahvaltısında keşkek, sucuk, bal-kaymak (manda kaymağı), veya hamur işleri (bükme, katmer, ağzı açık, haşhaşlı lokul vb.) tüketilmesi gerektiği belirtilmemiştir. Ayrıca bu bölümde tandır, kaymaklı ekmek kadayıfı, vişneli ekmek kadayıfı, kaymaklı kabak tatlısı, ev ekmeği, sucuk döner, Afyon kebabı gibi ulaşılabilirliği nispeten daha kolay olan yiyeceklerin yer almadığı görülmektedir.
- Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’ne ait web sitesinde “Ne alınır” bölümünde sadece alınabilecek ürünler ve görselleri yer alırken, Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’ne ait web sitesinde hangi ilçeden ne alınabileceğine ve ne zaman alınabileceğine ilişkin bilgiler bulunmakta ancak görselleri bulunmamaktadır.

- Her iki ilin yerel yönetimlerine ait web sitelerinde, bölgede bulunan restoranlar ile ilgili yeterli bilgiye rastlanılmamıştır.
- Afyonkarahisar'daki yerel yönetimlere ait web sitelerinde turistlerin yerel yiyecek ve içecekleri veya görselleri fark etmesini sağlayacak ve bunlara nasıl ulaşılacağını tarif eden türde bilgiler (haritalar gibi) bulunmamaktadır. Ayrıca Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'ne ait haritalarda yiyecek içecek işletmelerini tarif eden ve gösteren bir işaret ve bilgi bulunmamaktadır. Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'ne ait haritalarda ise Gaziantep Mutfağı ile ilgili hem bilgi hem de görseller bulunmakta, şehir krokisinde yöresel yiyecek içecek işletmelerinin yerleri gösterilmektedir.

Tablo 15. Yerel Yönetimlere Ait Web Siteleri ile İlgili Bulgular

Kurum Adı	Web Sitesi
Afyonkarahisar Belediyesi	“Afyonkarahisar” başlığı altında “Yemek kültürü” bölümünde Afyonkarahisar mutfağı ile ilgili bilgiler sunulmakta, yemekler dört başlık altında incelenmiş olup örneklerle anlatılmaktadır.
Sandıklı Belediyesi	“Sandıklı” bölümünde özel gün, bayram ve davetlerdeki gelenekler bahsedilmiş ancak bu günlerde neler yenilip içildiğine dair ayrıntılı bilgi bulunmamaktadır. “Sandıklı ekonomisi” başlığında leblebi, gıda ve tarım ürünlerinden bahsedilmektedir.
Gaziantep Büyükşehir Belediyesi	“Müzeler” başlığında Emine Göğüş mutfak müzesi hakkında detaylı bilgi bulunmaktadır. “Gezilecek yerler” bölümünde Gaziantep Mutfağı, mesire yerleri, Antep fıstığı hakkında detaylı bilgi bulunmakta ancak görselleri bulunmamaktadır.
Şehitkamil Belediyesi	Herhangi bir bilgi ve görsel bulunmamaktadır.
Şahinbey Belediyesi	Herhangi bir bilgi ve görsel bulunmamaktadır.
Sandıklı Kaymakamlığı	Herhangi bir bilgi ve görsel bulunmamaktadır.
Şehitkamil Kaymakamlığı	“İlimiz” başlığı altında, “İlimiz Gaziantep” bölümünde Gaziantep’in mesire yerlerinden bahsedilmiş, Gaziantep yöresel yemekleri, Gaziantep’e gidildiğinde neler yeneceği, ne alınacağı ve neler yapılacağına ilişkin kısa ve faydalı bilgiler bulunmaktadır. “Kültür/Turizm” başlığı altında ise Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü sitesine yönlendirilmektedir. Zincirli bedesten, Bakırcılar çarşısı ve bazı Gaziantep yemeklerinin görselleri bulunmaktadır.
Şahinbey Kaymakamlığı	“Gaziantep Mutfağı” başlığı altında yemeklerin görselleri ile birlikte detaylı bilgiye yer verilmektedir. Gaziantep’in yemekleri sınıflandırılıp tablo halinde sunulmaktadır. Gaziantep yemek kitapları hakkında bilgiler sunulmaktadır. Emine Göğüş mutfak müzesi, Gaziantep yemekleri, Gaziantep sofrası, Bakırcılar çarşısı görselleri bulunmaktadır.

Kurum Adı	Web Sitesi
Afyonkarahisar Valiliği	“Afyonkarahisar hakkında” başlığı altında “Afyonkarahisar tanıtım” bölümünde açılan metin dosyasında Afyonkarahisar lezzetleri, şenlik ve festivaller hakkında bilgiler bulunmaktadır. “Afyon lokumu” bölümünde görsellerle birlikte bilgiler yer almaktadır. Ana sayfada lokum ve haşhaş tarlası görselleri bulunmaktadır.
Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	“Folklorik değerlerimiz” başlığı altında önemli gün ve festivaller bölümü bulunmakta, etkinliklerin tarihi ve düzenleyen kuruluşun iletişim bilgileri yer almaktadır. “Alışveriş” bölümünde merkez ve ilçelerden hangi ürünlerin alınabileceğine ilişkin kısa bilgiler bulunmaktadır. “Yapmadan dönme” bölümünde kaymaklı ekmek kadayıfını, Afyonkarahisar yöresel yemeklerini, ağzı açık böreğini, patatesli ve mercimekli bükmesini yemeden, meşhur sucuk, kaymaklı şeker ve lokumdan almadan dönülmemesi gerektiği ile ilgili bilgiler yer almaktadır. “Yöresel yemekler” adlı bölümde Afyonkarahisar mutfak kültürü, özel gün, bayram ve davet yemekleri ve yemeklerin gruplandırılarak sıralanmış hali yer almaktadır. Bilgilerin yanında Afyon kebabı, ağzı açık, sucuk, lokum, kaymaklı ekmek kadayıfı görselleri bulunmaktadır. “Ne yenir” bölümünde bazı Afyonkarahisar yemeklerinin tarifleri yer almaktadır. Fotoğraf galerisinde kaymak, kiraz, patates, sucuk, köy fırını ve köy ekmekleri, lokum, ekmek kadayıfı, bükme, ağzı açık gibi yöresel ürünlerin görselleri bulunmaktadır.
Gaziantep Valiliği	“Gaziantep” başlığı altında “Gaziantep yemekleri” bölümü bulunmakta ve detaylı bilgi sunulmaktadır. Emine Göğüş mutfak müzesi ile ilgili bilgi ve görseller bulunmaktadır. Ana sayfada “Mutfak” bölümünde ise http://www.gaziantepmutfagi.org/ sitesine yönlendirilmektedir.
Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	“Kültür” başlığı altında ne yenir, ne alınır? ve gastronomi bölümleri bulunmakta olup, görsellerle birlikte detaylı bilgi yer almaktadır. “Gastronomi” bölümünde Gaziantep gastronomisi hakkında detaylı bilgi bulunmaktadır. “Müzeler” bölümünde Emine Göğüş mutfak müzesi hakkında bilgi olup görselleri mevcuttur. “Yapmadan dönmeyin” bölümünde yöresel yemek, kebab ve tatlıları yemeden, menengiç kahvesi ve zahter çayı içmeden dönmemek gerektiği hakkında bilgi bulunmaktadır. “Yayınlarımız” bölümünde Gaziantep mutfağına ait yayınlar bulunmaktadır. “Gaziantep city of gastronomy” bölümünden www.gastroantep.com.tr adresine yönlendirilmektedir. Fotoğraf galerisinde dolmalar, içli köfte, lahmacun, baklava, Antep fıstığı, baharatlar gibi Gaziantep yöresel yemek ve ürünlerinden oluşan 20 görsel bulunmaktadır. Ana sayfada Gaziantep mutfağına ait görseller bulunmaktadır.

Tablo 15 incelendiğinde, Sandıklı Kaymakamlığı, Şahinbey Belediyesi ve Şehitkamil Belediyesi’ne ait web sitelerinde bölgenin yerel gastronomisine ilişkin herhangi bir bilgi ve görsele rastlanılmadığı görülmektedir. Sandıklı Belediyesi’nde ise geleneklerden bahsedilmiş ancak bu gelenekler içerisinde yeme-içme geleneğine pek değinilmemiştir. Afyonkarahisar Belediyesi, Afyonkarahisar Valiliği, Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Şehitkamil Kaymakamlığı, Şahinbey Kaymakamlığı, Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, Gaziantep Valiliği ve

Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'ne ait web sitelerinde bölge mutfağı hakkında bilgiler, yerel yiyeceklerin isimleri, görselleri, içerikleri ve hazırlanma şekilleri ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Şahinbey Kaymakamlığı'na ait web sitesinde ise Gaziantep Mutfağı'na ek olarak, Gaziantep yemek kitapları hakkında da bilgiler bulunmaktadır. Afyonkarahisar yerel yönetimlerine ait bazı web sitelerinde çömlek yapımı, demircilik ve bakırcılık, sucukçuluk, lokumculuk, kaymakçılık hakkında bilgiler bulunmaktadır. Genel olarak yerel yönetimlere ait web sitelerinde yayın dilinin Türkçe olduğu, sadece yerli turistlere hitap ettiği, bölgede bulunan restoran sayıları, isimleri ve iletişim bilgileri gibi bilgilerin yer almadığı görülmektedir. Bilgilerin içeriğinde ise çoğunlukla geçmişten günümüze yeme-içme kültüründen bahsedildiği dikkat çekmektedir.

Tanıtım materyalleri içerisinde yiyecek ve içeceklerle ilgili bilgi ve görselleri tespit etmek amacıyla tanıtım ile ilgili dokümanlar incelenmiştir. Bu bağlamda Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Afyonkarahisar Belediyesi, Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve Gaziantep Büyükşehir Belediyesi'nden alınan 16 adet tanıtım materyali çalışmaya dâhil edilmiştir. Çalışma kapsamında Türkçe ve İngilizce tanıtım materyallerinin yiyecek ve içecek ile ilgili metin ve görsel içeriği incelenmiş olup, tanıtım materyallerinin farklı dillerde olmasına rağmen içeriğinin birebir aynı hazırlandığı ve aynı materyal içerisinde iki farklı dilin birlikte sunulduğu dikkat çekmektedir. Tanıtım materyallerine ilişkin bilgiler Tablo 16'da yer almaktadır.

Gaziantep ve Afyonkarahisar yerel yönetimlerine ait tanıtım materyallerindeki yerel gastronomi ile ilgili bilgi ve görseller aşağıda karşılaştırılmaktadır.

- Afyonkarahisar tanıtım materyallerinde bulunan yiyecek ve içecek ile ilgili görsel içeriklerine bakıldığında, haşhaş tarlası, sucuk, kaymak, lokum, kaymaklı ekmek kadayıfı ve bükme gibi yiyecek görselleri ile otel restoranları ve açık büfelerine ait görsellere yer verildiği dikkat çekmektedir. Ancak Afyonkarahisar mutfağına özgü yemek çeşitleri, bölgede yetişen ürünler, yöre insanı ve Afyonkarahisar gastronomisini tanıtabilecek mekânlar (Konaklar, Uzun çarşı vb.) ile ilgili görseller bulunmamaktadır. Gaziantep tanıtım materyallerinde bulunan yiyecek ve içecek ile ilgili görsel içeriklerine

bakıldığında, Gaziantep Mutfağı'nın öne çıkan tüm yiyeceklerinden kullanılan araç gereçlere kadar detaylı görselin yer aldığı, Emine Göğüş mutfak müzesi, Zincirli Bedesten, Bakırcılar çarşısı, Küçük buğday pazarı, hanlar ve mesire yerleri gibi mekânlara da geniş çaplı yer verildiği görülmektedir. Ayrıca mağara kafeler, hanlar içerisindeki otantik atmosfere sahip işletmeler ve yöre insanı gibi unsurların kullanıldığı da görülmektedir. Ancak Afyonkarahisar tanıtım materyallerinde bu şekilde bir bilgi ve görsel bulunmamaktadır.

- Afyonkarahisar tanıtım materyallerinde yiyecek ve içecek ile ilgili şenlik ve festivaller hakkında bilgi bulunmakta olup, günümüzde devam etmeyen festivallerde materyallerde yer almakta, dolayısıyla bu kısımdaki bilgilerin güncellenmesi gerektiği anlaşılmaktadır. Gaziantep tanıtım materyallerinde ise yiyecek ve içecek ile ilgili şenlik ve festivaller hakkında yeterli bilgiye rastlanılmamıştır.
- Afyonkarahisar tanıtım materyallerinde tarım, hayvancılık, gıda sektörü hakkında bilgiler çoğunlukta iken, Gaziantep tanıtım materyallerinde Gaziantep Mutfağı hakkındaki bilgiler çoğunluktadır. Ayrıca sadece Gaziantep Mutfağı ile ilgili bilgi, görsel ve tariflerin yer aldığı “Gaziantep Yemekleri ve Gaziantep Mutfağı” isimli tanıtım materyalleri de bulunmaktadır. Afyonkarahisar’da ise böyle bir tanıtım materyali bulunmamakla birlikte mevcut materyallerde de Afyonkarahisar Mutfağı ile ilgili bilgiler sınırlı kalmaktadır.
- Afyonkarahisar tanıtım materyallerinin bazılarında bölgedeki otel işletmeleri ve iletişim bilgileri hakkında bilgi ve görseller yer alırken, Gaziantep tanıtım materyallerinde yiyecek içecek işletmeleri ve iletişim bilgileri hakkında yeterli bilgiye rastlanılmamıştır.
- Afyonkarahisar tanıtım materyallerinde sadece yerel yiyeceklerin isimleri yer alırken, Gaziantep tanıtım materyallerinde hem yerel yiyecek ve içeceklerin isimleri hem de tarifleri bulunmaktadır.
- Afyonkarahisar tanıtım materyallerinde lokum, sucuk ve kaymak üretim süreçleri ile ilgili bilgiler bulunurken, Gaziantep tanıtım materyallerinde ise kışlık hazırlıklar, şire çıkarılma süreci ile ilgili bilgiler bulunmaktadır.

- Her iki ilde de tarımsal ürünlerinin yetiştirilmesi hakkında bilgiler bulunmaktadır.
- Gaziantep tanıtım materyallerinde yerel mutfakın tarihi ile ilgili bilgi yer almaktayken, Afyonkarahisar tanıtım materyallerinde bu konuda yeterli bilgiye rastlanılmamıştır.
- Gaziantep tanıtım materyalleri genellikle broşür boyutunda hazırlanmasına rağmen Afyonkarahisar tanıtım materyalleri kitap boyutunda olup taşıma açısından kullanışlı bulunmamıştır.

Tablo 16. Tanıtım Materyallerinden Elde Edilen Bulgular

Materyal Adı	Yiyecek içecek ile ilgili Metin İçeriği	Yiyecek içecek ile ilgili Görsel İçeriği	Basım Yılı
Alimoğlu Tarih Müzesi-Çeşmeli Konak	-	Afyonkarahisar yerel halkının yer sofrasını betimleyen oda	-
Afyonkarahisar'da Eko turizm	Olta balıkçılığı hakkında bilgi, doğada yetişen bitkiler hakkında bilgi, göllerde bulunan balıklar hakkında bilgi	Böğürtlen ve balıkçılık	2015
Frig Vadisi	-	Haşhaş tarlası	2015
Termal Turizmin Başkenti Afyonkarahisar	Otel işletmeleri ve iletişim bilgileri	Otellere ait restoran ve açık büfe, bitki çayı ve maden suyu	-
Capital of Thermal Tourism Afyonkarahisar	Otel işletmeleri ve iletişim bilgileri	Otellere ait restoran ve açık büfe, maden suyu ve haşhaş	2017
The Land Where Our Republic Was Won Afyonkarahisar	Tarımsal ürünler hakkında bilgi	Haşhaş, patates, kaymaklı ekmek kadayıfı, yumurta, ayçiçeği, kiraz, vişne, şeker pancarı, sucuk, manda	2011
Afyonkarahisar	Haşhaş isminin anlamı, 40 hatimli şifalı aşure geleneği hakkında bilgi, göllerde yaşayan balıklarla ilgili bilgiler, Afyonkarahisar lezzetleri adı altında bilgiler, haşhaş, et yemekleri, hamur işleri, sebze yemekleri, patlıcan böreği hakkında bilgi, sucukçuluk, kaymakçılık, lokumculuk, kaymak ve kurtuluş şenlikleri hakkında bilgi, geleneksel Çay vişne festivali hakkında kısa bilgi, Sultandağı kiraz festivali hakkında kısa bilgi	Lokum, sucuk, kaymaklı ekmek kadayıfı, ağız açık, haşhaş, haşhaş toplayan kadınlar, Mevlevihane Matbah (Mutfak) bölümü, balıkçılık, çanak çömlek yapımı, patlıcan böreği, aşure, kiraz	-
Afyonkarahisar Mevlevihanesi Gezi Rehberi	40 hatimli şifalı aşure geleneği hakkında bilgi	Aşure kazanları, aşure hazırlanışına ait fotoğraflar, sofrada başında dervişleri tasvir eden mankenler	-
Afyonkarahisar Gezi Rehberi	Yöresel lezzetler hakkında bilgi	Haşhaş, ağız açık, bükme, haşhaşlı lokul, sucuklu yumurta, sucuk, kaymaklı ekmek kadayıfı, bal kaymak, lokum	2015

Materyal Adı	Yiyecek içecek ile ilgili Metin İçeriği	Yiyecek içecek ile ilgili Görsel İçeriği	Basım Yılı
Gaziantep Müzeleri	Emine Göğüş mutfak müzesi hakkında bilgi ve iletişim bilgileri	Eski dönemlere ait topraktan yapılmış mutfak araç ve gereçleri, Emine Göğüş mutfak müzesi görselleri	2015
Gaziantep 2016	Emine Göğüş mutfak müzesi, Gaziantep Mutfağı, tahmis kahvesi, bedestenler, mesire yerleri ve Antep fıstığı hakkında bilgi, bazı yemek tarifleri, restoranlar ve iletişim bilgileri, ne yenir, ne alınır ve yapmadan dönmeyin bölümlerinde yiyecek ve içeceklerle ilgili bilgiler	Fıstık, yuvalama, içli köfte, kahve, nar, üzüm, karpuz, peynir, Antep fıstığı, dolmalık biber, baharatlar, baklava, zincirli bedesten, örgü sepet, Emine Göğüş mutfak müzesi görselleri	2016
Müzeler Kenti Gaziantep	Emine Göğüş mutfak müzesi hakkında bilgi	Emine Göğüş mutfak müzesi görselleri	-
Gaziantep'i Keşfet	Emine Göğüş mutfak müzesi ve Bakırcılar çarşısı hakkında bilgi	Emine Göğüş mutfak müzesi iç kısım ve dış mekan görselleri, içli köfte, patlıcan kebabı, baharatlar, baklava çeşitleri gibi 30 adet görsel bulunmaktadır. Bakırcılar çarşısına ait görseller ve meydan şerbeti satan kişinin görseli bulunmaktadır.	-
Gaziantep Kültür Yolu Üzerindeki Hanlar ve Çarşı	Bakırcılar çarşısı, küçük buğday pazarı, zincirli bedesten, millet hanı, tütün hanı ve yeni han hakkında bilgi	Pastanede kahke satan kişi, otantik dizayn edilmiş kafeteryalar, el yapımı bıçaklar ve kebab şişleri, hanlar içerisindeki kafeteryalara ait görseller, Bakırcılar çarşısı, küçük buğday pazarı ve zincirli bedestene ait görseller	-
Gaziantep Mutfağı	Gaziantep Mutfağı hakkında bilgi, yöresel yemeklerin tarifleri, şire çıkarılması ve kışlık hazırlıklar hakkında bilgi	Ekşili ufak köfte, karışık dolma, altı ezmeli tike kebabı, yuvalama, lahmacun, çağirtlak kebabı, beyran, firik pilavı, pırpırım aşısı, malhıtalı köfte, kahke, baklava, katmer, şire, Antep fıstığı, kuruluklar, mutfak müzesi, Elmacı pazarı	

Afyonkarahisar ve Gaziantep illerindeki yerel yönetimlere ait web siteleri ve tanıtım materyallerinin incelenmesi sonucu özellikle Afyonkarahisar için gastronomi turizm ürünlerinin yeterince geliştirilemediği ve çeşitlendirilemediği, gastronominin bölgenin tanıtım stratejisi içerisinde hak ettiği yeri alamadığı görülmektedir.

4.2.2. Gözlem Yoluyla Elde Edilen Bulgular

Bu bölümde yöntem kısmında bahsedildiği üzere gözlem yoluyla elde edilen bilgiler sunulmaktadır. Gaziantep ve Afyonkarahisar illerinde hizmet veren yiyecek içecek işletmelerine müşteri olarak gidilerek gözlem yapılmıştır. Ayrıca araştırmacı “Afyonkarahisar’ı Keşfet” adlı tura iki kez katılmış, gözlem yapmış, fotoğraf ve video çekmiştir. Afyonkarahisar’da düzenlenen yemek yarışmasına da araştırmacı gözlem yapmak ve fotoğraf çekmek amacıyla katılmıştır. Gaziantep’te düzenlenen etkinliklere ise zaman ve maliyet sınırlılığından dolayı katılım sağlanamamıştır. Yiyecek içecek ile ilgili mekânlarda her şeyi gözlemlemek mümkün olmadığından, bu mekânlarda gözlemlenecek durumlar önceden belirlenmiş ve sınırlandırılmıştır. Etkinliklerde yapılan gözlemlerde ise sınırlamaya gidilmemiş, organizasyonlar baştan sona kadar gözlemlenmiştir.

4.2.2.1. Yiyecek İçecek ile İlgili Mekânlarda Yapılan Gözlemler

Restoran ve kafeteryalarda müşteri profili, sunumda kullanılan otantik araç gereçler, yöresel yiyecekler, yöresel ürün kullanımı gibi durumlar gözlemlenmiştir. Müze ve tarihi mekânlarda yer alan işletmelerde yöresel ürün satışında ve sergilenmesinde otantiklik hususu gözlemlenmiş ve işletme çalışanlarından yöresel ürünler hakkında kısa bilgiler alınmıştır. Gözlem formu Ek 3’te yer almaktadır. Mekânlarda yapılan gözlemler aşağıda sunulmaktadır.

MEKÂN 1

Gaziantep’te hizmet veren bu işletmede sadece katmer satışı yapılmaktadır. Yan yana iki küçük dükkân olup, bir tarafı katmerlerin hazırlandığı ve pişirildiği yer, diğer tarafı müşterilerin oturacağı alandır. Mekânın iç kısmı ahşap olup, duvarlar işletmeye gelen ünlü kişilerin fotoğrafları ile kaplanmıştır. Konum olarak ara sokakta yer almakta ve merkez çarşıda yer aldığı için kolay ulaşılmaktadır. Gaziantep’e özgü olan ve genellikle sabahleyin tüketilen katmer odun fırınında pişirilmektedir. Katmer, sabah kahvaltısında daha çok tüketildiği için araştırmacı da söz konusu işletmeye sabah gitmiş ve katmer siparişi vermiştir. Araştırmacının işletmede bulunduğu süre

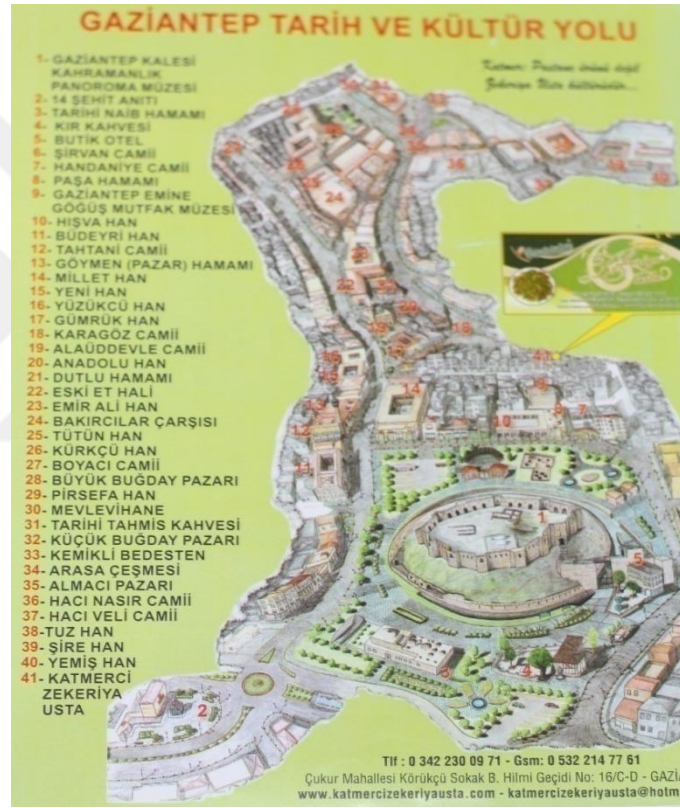
boyunca genellikle farklı şehirlerden gelen ziyaretçilerin işletmeye geldikleri gözlemlenmiş ve genellikle boş masa bulmanın zor olduğu görülmüştür. Müşteri profilinde kısa sürede bir saptama söz konusu olamayacağından her yaştan ziyaretçinin olduğunu söylemek mümkün görünmektedir. Müşterilerin siparişlerini beklerken duvardaki fotoğrafları incelediği, fotoğraf çektiği, işletme sahibini görmek ve bilgi almak istediklerini, iki dükkân arasındaki bağlantıdan katmer yapılışını izledikleri gözlemlenmiştir. Katmer porsiyon olarak satılmakta olup, çay veya süt ile tüketilmektedir. Genellikle müşterilerin katmeri çay ile tükettiği gözlemlenmiştir. Sunumda kullanılan araç gereçlerin yöresel olduğu dikkat çekmiştir. Ayrıca Antep fıstığı kullanımı, köy kaymağı kullanımı da yöresel ürünlerin kullanıldığını göstermektedir. İşletme personeli katmer konusunda uzmanlaşmış kişiler olmasına rağmen özellikle servis personellerinin reşit yaşta olmayan çocuklardan olduğu dikkat çekmiştir. İşletmenin menüsü bulunmamaktadır. Müşterilere işletmeden ayrılmadan önce bir broşür dağıtılmaktadır. Bu broşürde işletmeye yakın mesafede olan Gaziantep'in tarihi alanları (han, hamam, cami, kale, müze vb.) bulunmakta olup, yiyecek işletmesi olarak sadece kendi iş yerlerine yer verdikleri görülmektedir.



Resim 1-2. Mekân 1 Genel Görünüm ve Katmer Yapılışı



Resim 3-4. Katmer Sunumuna Hazırlık ve Katmer Sunumu



Resim 5. Mekân 1'e Ait Broşür

MEKÂN 2

Gaziantep'te faaliyet gösteren bu mekân baharat, salça, sos, kuruluk, çerez, kuruyemiş, peynir, pekmez, çay ve kahve çeşitleri gibi pek çok yiyecek ve içeceğin satıldığı kapalı pazara benzeyen bir mekândır. İçerisinde bir restoran veya kafeterya bulunmamakta olup, genellikle baharat, salça, çerez, kuruyemiş ve kurulukların



Resim 9-10. Yöresel Ürünler

MEKÂN 3

Gaziantep’te faaliyet gösteren bu işletmede baharat, tahıl, bakliyat, salça, sos, kuruluk, çerez, kuruyemiş, çay ve kahve çeşitleri gibi pek çok yiyecek ve içecek satılmaktadır. Merkez çarşıya çok yakın olduğu için ulaşımı kolaydır. Hem yerel halkın hem de Gaziantep’i ziyaret eden kişilerin bu işletmeden alışveriş yaptıkları gözlemlenmiştir. Burada satılan ürünlerin çoğunluğu Gaziantep’e ait yöresel ürünlerdir. Bütün yiyecek ve içecekler kargo ile de gönderilebilmektedir. Ürünlerin sergilenme şeklinin ve işletme dekorasyonunun yöresel olduğu dikkat çekmektedir. Araştırmacı bu mekânda gözlem yaparken işletme çalışanlarına satışı yapılan yöresel yiyecek ve içecekler ile ilgili sorular sormuş ve işletme çalışanları tarafından satılan ürünler hakkında detaylı bilgiler verildiği görülmüştür. Müşteriler için “Antep Evi” adında oturma alanı düzenlenmiş olup, bu kısımda müşterilere menengiç kahvesi ikram edilmektedir. Dükkânda çörek otu yağı makinesi ve kahve öğütme makinesi de bulunmaktadır.



Resim 11-12. Antep Evi ve Mekân 3 Genel Görünüm



Resim 13. Yöresel Ürün Kendir

MEKÂN 4

Gaziantep’te hizmet veren lokantada beyran, lahmacun, çorba ve kebab çeşitleri servis edilmektedir. Özellikle beyran çorbası ile meşhur olan bu lokantaya araştırmacı gözlem ve tadım yapmak amacıyla gitmiş ve beyran çorbası siparişi vermiştir. İşletmeye ait bir menü bulunmamaktadır. Merkez çarşıya çok yakın olduğu için ulaşımı kolaydır. Hem yerel halkın hem de Gaziantep’i ziyaret eden kişilerin bu işletmede yemek yedikleri gözlemlenmiştir. Farklı şehirlerden gelen ziyaretçilerin beyran hakkında bilgi aldıktan sonra sipariş verdikleri görülmüş ve beyran yapılırken fotoğraf ve video çektikleri dikkat çekmiştir. Sunumda kullanılan araç gereçlerin çoğunluğunun yöresel (bakır tabaklar, bakır sürahi, ayran kaşığı ve ayran tası vb.) olduğu görülmüştür. Yiyeceklerin genellikle biber, yeşillik, limon ve ayran ile servis edildiği gözlemlenmiştir.



Resim 14-15. Kebab Yapılışı



Resim 16-17. Kebab Garnitürleri



Resim 18-19. Beyran Hazırlanışı



Resim 20. Beyran Sunumu



Resim 21. Ciğer Kebabı

MEKÂN 5

Gaziantep’te bulunan bu mekân, mutfak müzesi olarak faaliyet göstermektedir. Gaziantep kalesi civarında bulunan müze, pazartesi hariç her gün mesai saatleri içerisinde hizmet vermektedir. Gaziantep yemek malzemesinden mutfak araç gereçlerine, yöresel yemeklerden içeceklerle ve erzakların saklanması kadar pek çok konuda bilgi sahibi olmak mümkündür. Gaziantep Mutfağı’na özgü mutfak eşyaları özel vitrinlerde sergilenmektedir. Yuvalama yemeğinin yapılması, kış gecelerinde tandır başında bastık, sucuk, ceviz vb. yiyeceklerin yenilmesi ve içecek kültürünün tanıtılması amacıyla kahve-mırra pişirilmesi-içilmesi konuları, Gaziantep yöresine özgü kıyafetler eşliğinde mankenlerle canlandırılmıştır. Müze duvarlarında her odanın konusuna göre görselleri ile birlikte bilgi panoları bulunmaktadır. Konağın sahibi Ali İhsan Göğüş ve ailesi adına düzenlenen Göğüş odası da bulunmaktadır. Ayrıca müze içerisinde Gaziantep’e özgü baharat çeşitleri ve bakır ürünleri satılan hediyelik eşya satış bölümü de bulunmaktadır.



Resim 22-23. Gaziantep Mutfağı Bilgi Panosu ve Meyveler Bilgi Panosu



Resim 24-25. Kahve Pişirilmesi ve Yuvalama Yapılışı



Resim 26-27. *Tandır Başında Kuruyemiş Yenilmesi ve Bakır Tabaklar*

MEKÂN 6

Tarihi han içerisinde yer alan mağarada içecek çeşitleri sunulmakta olup, özellikle kömürde kahve çeşitleri ile bilinmektedir. Sunumda kullanılan araç gereçler yöresel olup, yöresel ürün kullanımı mevcuttur. Mağara otantik bir şekilde dekore edilmiştir. Ancak bu işletmede sergilenen eski dönemlere ait mutfak araç gereçlerinin çoğunluğunun toz ve örümcek ağı içerisinde kaldığı görülmüştür. Mağara içerisinde su kuyuları bulunmaktadır. İşletmenin hediyeelik eşya bölümünde Gaziantep'e özgü süs eşyaları ve kahve çeşitleri satışı yapılmaktadır. Araştırmacı bu işletmede dibek kahvesi siparişi vermiş olup, kahvenin hazırlanışını seyretmiştir. İşletmede gözlem süresi boyunca genellikle genç kitlenin geldiği ve mağaranın içerisinde fotoğraf çektikleri görülmüştür.



Resim 28-29. *Mekân 6 Oturma Alanı ve Kahve Pişirilmesi*



Resim 30-31. Mekân 6'ya Ait Su Kuyusu ve Mekân Girişi

MEKÂN 7

Gaziantep'te faaliyet gösteren bu mekânda bakırdan yapılan pek çok çeşit araç gereç bulunmaktadır. Kapalı pazara benzemekte olup, içerisinde küçük dükkânlar bulunmaktadır. Özellikle bakır mutfak araç gereçleri satılan bu mekâna ulaşım kolaydır. İçerisinde bakırcılar, baharatçılar, antikacılar, kafeteryalar, yöresel kumaş satan dükkânlar ve atıştırmalık yiyecek satan dükkânlar (tostçu ve dürümcü) bulunmaktadır. Ayrıca demirci ve bıçakçı dükkânları da bulunmakta olup, buralarda şiş, mangal, bıçak, zırh gibi araç gereçler üretilip satılmaktadır. Hem yerel halkın hem de Gaziantep'i ziyaret eden kişilerin bu mekânda alışveriş yaptıkları gözlemlenmiştir. Burada satılan ürünlerin tamamına yakını yöresel ürünlerden oluşmaktadır. Gözlem esnasında ziyaretçilerin genellikle bakır tava, bakır cezve, bakır fincan setleri ve yöresel kumaşları satın aldıkları görülmüştür. Ayrıca ziyaretçiler genellikle dükkânları önünde bakır işlemesi yapan ustaları izledikleri ve kısa sohbetler yaparak bakır hakkında bilgi aldıkları görülmüştür.



Resim 32-33. Demirci Dükkanı ve Bıçak Çeşitleri



Resim 34-35. Bakır Araç Gereçler



Resim 36-37. Mekân 7 Genel Görünüm ve Paşa Mangalı



Resim 38. Bakır Sürahiler

MEKÂN 8

Afyonkarahisar’da hizmet veren bu işletme özellikle et ürünleri ile tanınmaktadır. İşletme hem restoran hem de gıda satış mağazası olarak hizmet vermektedir. İşletmede dana, kuzu ve oğlak eti kullanılmakta olup, ayrıca kasap reyonunda etlerin satışı da yapılmaktadır. Sucuk, zeytin ve peynir çeşitleri, zeytinyağı, manda kaymağı, manda yoğurdu, keçi yoğurdu, ev ekmeği, lokum, bal, reçel ve turşu çeşitleri, haşhaş ezmesi, pişmaniye, değirmen tuz ve karabiber çeşitleri, haspir, haşhaş, susam, çörek otu, hindistan cevizi yağı ile vişne, üzüm ve kayısı çekirdeği yağı satışı da yapılmaktadır. Afyonkarahisar Mutfağı’na özgü menüde manda sütünden yapılmış peynir, manda yoğurdu, manda kaymağı ve manda sütünden yapılmış sütlaç, kaymaklı ekmek kadayıfı, tandır, sucuk, tandır çorbası ve Afyon usulü yoğurtlu paça çorbası bulunmaktadır. Menüde daha çok ızgara ve pide çeşitlerine ağırlık verildiği dikkat çekmektedir. Yiyecek ve içeceklerin sunumu yöresel olmamakla birlikte kullanılan araç gereçlerin de yöresel olmadığı görülmüştür. İşletme modern olarak dekore edilmiş olup, mağaza bölümünde %100 Afyon lokumu, %100 doğal peynir, %100 keçi yoğurdu, %100 manda yoğurdu,

%100 manda sütü kaymağı, %100 Afyon sucuğu ve %100 manda fiçı ayrıran tabelaları bulunmaktadır. İşletmede toplantı salonu, özel aile salonu ve oyun salonu bulunmaktadır. Oyun salonunda oynayan çocukları izlemek için restoran bölümünde ekran bulunmaktadır. Araştırmacı gözlem ve tadım yapmak amacıyla öğle saatlerinde işletmeye müşteri olarak gitmiştir. Araştırmacı ızgara köfte, manda fiçı ayrıran ve manda sütünden yapılmış sütlaç siparişi vermiştir. Izgara çeşitleri kumpir, soğan piyazı, maydanoz, közlenmiş biber ve domates ile servis edilmekte, ayrıran ise bakır bardakta servis edilmektedir. Gözlem süresince genellikle müşterilerin orta yaş grubunda olduğu, şehirlerarası yolculuk yaparken mola vermek için işletmeye geldikleri görülmüştür. Ayrıca Afyonkarahisar'da çalışan kesiminde öğle yemeği için bu işletmeye geldikleri görülmüştür. Müşterilerin genellikle cam kenarı masalara oturdukları, orta kısımdaki masalara ve kasap reyonuna yakın masalara oturmadıkları gözlemlenmiştir. Gözlem sırasında müşterilerin ızgara çeşitlerini ve manda yoğurdunu sipariş ettikleri görülmüştür. Bazı müşterilerin yemek sonrası mağaza bölümüne geçerek sucuk ve manda yoğurdu satın aldıkları gözlemlenmiştir. Yerel halkın genellikle ızgara çeşitlerini yemek için geldiği görülürken, yol ziyaretçilerinin ise mola yeri olarak işletmeyi tercih ettiği ve işletmeden ayrılırken kasap ve şarküteri reyonlarından alışveriş yaptığı gözlemlenmiştir.



Resim 39-40. Manda Fiçı Ayrıran ve Manda Sütünden Yapılmış Sütlaç



Resim 41-42. Izgara Köfte ve Gıda Mağazası



Resim 43-44. Et Dinlendirme Dolabı ve Ezilmiş Haşhaş



Resim 45. Haşhaş Yağı Çıkarma Makinesi



Resim 46. Haşhaş Yağı

MEKÂN 9

Tarihi konak içerisinde yer alan işletmede yöresel yiyecek ve içeceklerin çoğunluğu sipariş üzerine hazırlanmaktadır. Konak otantik bir şekilde dekore edilmiş olup, bazı mutfak araç gereçlerinin sergilendiği görülmüştür. Hem konak içerisinde hem de bahçesinde oturma alanları bulunmakta olup, Karahisar kalesi manzarası olan bir işletmedir. Araştırmacı gözlem ve tadım yapmak amacıyla işletmeye gitmiş ve Türk kahvesi siparişi vermiştir. 40 çeşit baharattan hazırlanan, işletme ile özdeşleşmiş konak şerbeti ve lokum, kahvenin yanında sunulmuştur. İşletmenin müşteri profili hem yerel halk hem de turistlerdir. Gözlem süresince genellikle gençlerin işletmeyi tercih ettiği ve içecek sipariş ettikleri gözlemlenmiştir. Konakta nişan, söz, toplantı, kına gecesi, özel günler, sosyal ve kültürel davetler de yapılmaktadır. Araştırmacının gözlem yapmak için gittiği gün içerisinde herhangi bir davet yoktur. İşletmenin menüsünde Afyon kebabı, velense, tandır çorbası, ekmek kadayıfı her gün servis edilmekte, bükme, ağzı açık, patlıcan böreği, göce köftesi ve sıra yemekleri sipariş üzerine hazırlanmaktadır. Keşkek ise sadece kış aylarında hazırlanmaktadır.



Resim 47-48. Mekân 9 Dış Görünüm ve İç Görünüm



Resim 49. Türk Kahvesi ve Konak Şerbeti

MEKÂN 10

Afyonkarahisar’da faaliyet gösteren bu işletmenin yüz yıllık tarihi geçmişi bulunmaktadır. Dede mesleği olarak devam edilen lokantayı şu an dördüncü kuşak olan Ahmet Madenci işletmektedir. Lokanta merkez çarşıda olup, sadece altı adet masası bulunmaktadır. Masalardan üç tanesi 1881 yılına aittir, diğer üçü ise 1938 yılında bu dükkâna taşınırken yaptırılmıştır. Dükkânda sandalyeler müşteriye saygısızlık olmaması gerekçesiyle sağa bakacak şekilde yerleştirilmekte, dükkânın tabelası bulunmamakta, pişirilecek hayvan bizzat seçilmekte ve bir tencere tandır bittiğinde dükkân kapatılmaktadır. Dükkânda sadece tandır ve ekmek kadayıfı sunulmaktadır. Tandır; pide, pilav ve kuru soğan ile servis edilmektedir. Dükkân saat 11.00’da açılmakta olup bir tencere tandır bittiğinde kapanmaktadır. Araştırmacı gözlem ve tadım yapmak amacıyla müşteri olarak işletmeye gitmiş ve kuzu tandır siparişi vermiştir. Genellikle müşterilerin Afyonkarahisar’ı ziyaret eden kişiler

olduğu ve tavsiye üzerine geldikleri anlaşılmıştır. Afyonkarahisar’da çalışan kesiminde bu lokantayı tercih ettiği görülmüştür. İşletme otantik şekilde dekore edilmiş olup, duvarda aynalar, işletme hakkında bilgi panoları, işletme sahiplerinin fotoğrafları ve bazı yöresel mutfak araç gereçleri bulunmaktadır. Müşterilerin genellikle duvardaki fotoğrafları incelediği ve fotoğraf çektikleri görülmüştür. Kullanılan ürünler ve araç gereçlerin yöresel olduğu gözlemlenmiştir.



Resim 50-51. Mekân 10 Dış ve İç Görünüm



Resim 52. Kuzu Tandır Sunumu

MEKÂN 11

Afyonkarahisar’da hizmet veren işletmenin iki şubesi bulunmaktadır. Araştırmacı tarafından her iki şubeye de gidilmiş, ancak gözlem için Uzun Çarşı şubesi tercih edilmiştir. Araştırmacı gözlem ve tadım yapmak amacıyla işletmeye müşteri olarak gitmiş ve kaymaklı ekmek kadayıfı siparişi vermiştir. İşletmenin menüsü bulunmasına rağmen gözlem süresince müşterilere menü takdim edilmediği, garsonların müşterileri yiyeceklerin sergilendiği bölüme yönlendirerek sipariş aldıkları görülmüştür. Müşteri profili ise kısa sürede bir saptama söz konusu olamayacağından her yaşta ziyaretçinin bulunduğunu söylemek mümkün görünmektedir. Masalarda beyaz masa örtüleri, duvarda iki büyük ayna ve Osmanlı halıları bulunmaktadır. İşletmenin iki giriş kapısı bulunmakta olup, her ikisi de en işlek sokaklara açılmaktadır. Afyonkarahisar Mutfağı’na özgü yiyecekler patlıcan kebabı, tandır, sucuk, manda yoğurdu, kaymaklı ekmek kadayıfı ve vişneli ekmek kadayıfıdır. Müşterilerin genellikle aynaların önündeki masaları tercih ettikleri görülmüştür. Yöresel ürün kullanılmasına rağmen (manda kaymağı, manda yoğurdu), sunumda kullanılan araç gereçler ve yiyecek sunumu otantik bulunmamıştır. İşletme personelinin ise oldukça tecrübeli oldukları gözlemlenmiştir.



Resim 53-54. Mekan 10 Dış ve İç Görünüm



Resim 55. Kaymaklı Ekmek Kadayıfı

MEKÂN 12

Afyonkarahisar’da hizmet veren bu işletme özellikle yaprak döneri ve tandır çorbası ile tanınmaktadır. İşletme etlerin kesimini kendisi yapmakta ve odun ateşinde pişirmektedir. Restoran modern bir şekilde dekore edilmiş olup, duvar ve tavan aynalarla kaplanmıştır. Restoran içerisinde ekranlar bulunmakta ve bu ekranda dönerin yapılışı, işletme ve yiyecek fotoğrafları yer almaktadır. Menüde bütün yiyeceklerin görselleri ve fiyatları bulunmaktadır. Diğer işletmelerden farklı olarak, bu işletmede demirhindi şerbeti menüde yer almaktadır. Araştırmacı gözlem ve tadım yapmak amacıyla işletmeye gitmiş ve sade döner siparişi vermiştir. Gözlem sırasında müşterilerin genellikle döner ve tandır çorbası sipariş ettikleri görülmüştür. Araştırmacının bu işletmede bulunduğu süre içerisinde orta yaş yerel halkın işletmeyi tercih ettiği gözlemlenmiştir. Diğer işletmelerden farklı olarak burada tandırda ekmek hazırlanmaktadır. Açık mutfak olmasına rağmen, tandırda ekmek pişirme müşterilerin rahatlıkla görebileceği bir alanda değildir. Yöresel araç gereç kullanımı ve sunumuna bu işletmede rastlanılmamıştır.



Resim 56-57. Mekân 12 Dış ve İç Görünüm



Resim 58-59. Döner Sunumu ve Tandırda Ekmek Pişirilmesi

MEKÂN 13

Afyonkarahisar'da faaliyet gösteren bu işletmede lokum çeşitleri, ezme çeşitleri, kaymak, cezerye satışı yapılmakta olup, lokum ile meşhur olan bir işletmedir. Neredeyse gün boyunca dükkân önünde lokum almak için sıra bulunmaktadır. Araştırmacı da gözlem yapmak ve lokum satın almak için bu işletmeye gitmiş ve yaklaşık 30 dakika sırada beklemiştir. Müşterilerin genellikle Afyonkarahisar'ı ziyaret eden kişilerden oluştuğu ve çoğunlukla sultan lokumu çeşitlerini satın aldıkları görülmüştür. Lokumlar kutuda hazır bulunmamakta olup, siparişe göre özel lokum makasıyla kesilerek satılmaktadır. Araştırmacının bu işletmede gözlem amacıyla bulunduğu süre içerisinde müşterilerin beklemekten

rahatsız olmadıkları gözlemlenmiştir. İşletmede yöresel ürün satışı olup, yiyeceklerin yöresel araç gereç kullanarak satışa sunulduğu gözlemlenmiştir.



Resim 60-61. Mekân 13 Dış Görünüm ve Lokum Kesimi

MEKÂN 14

Afyonkarahisar Belediyesi tarafından yapılan bu mekân, mahalle fırını olarak işletilmektedir. Burmalı mahallesinde yer alan fırında, mahalle sakinleri hazırladıkları hamur işini 5 TL karşılığında fırıncıya pişirtmektedir. Pişirme işlemi yapılmak istendiğinde, bir gün öncesinde fırıncıya haber verilmekte ve fırıncı da sıra bildirmektedir. Pişirme için kullanılan yakıtı fırıncı tedarik etmemekte, pişirme işlemi yapacak kişi getirmektedir. Mahalle sakini hazırladıkları hamuru fırına getirerek, burada tepsilere hazırlamakta ve pişirmektedir. Fırın içerisinde hamurların hazırlanacağı ve soğutulacağı tezgâhlar bulunmaktadır. Fırın işletmecisi her sabah ilk sırada kendisi fırında satmak için 16 adet ev ekmeği pişirdiğini belirtmiştir. Araştırmacı gözlem yapmak amacıyla gittiği sırada 50 kilogramdan hazırlanan 32 adet ekmeğin fırında pişirildiğini görmüştür. Diğer sıradaki mahalle sakini ise patatesli, mercimekli, peynirli ve kızılıbacak otlu iç harcı ile bükme yapmıştır. Hazırlanan hamur işleri hakkında bilgi alınmış ve fotoğrafları çekilmiştir. Gözlem süresince fırındaki mahalle sakinlerinin misafirperver oldukları görülmüş, araştırmacıya sıcakkanlı davranmışlar ve pişirdikleri hamur işlerinden ikram etmişlerdir. Karahisar Kalesi'ne ve Ulu Cami'ye yakın olan bu mahalle fırınının gastronomi amaçlı kullanılabileceği düşünülmüştür.



Resim 62-63. Bükme Hazırlanışı



Resim 64-65. Ekmek Pişirilmesi



Resim 66-67. Mayalı Bükme Hazırlanışı



Resim 68. *Burmali Mahalle Fırını*

4.2.2.2. Etkinliklerde Yapılan Gözlemler

ETKİNLİK 1

Öncelikle etkinlik hakkında bilgi vermenin faydalı olacağı düşünülmektedir. Afyonkarahisar’a gelen ve merkez otellerde konaklayan turistlere bölgeyi tanıtmak amacıyla haftanın üç günü (Perşembe, Cuma, Cumartesi) ücretsiz olarak Afyonkarahisar Valiliği tarafından gezi düzenlenmektedir. 2015 yılı Eylül ayından itibaren devam eden gezi, 10 ay boyunca haftanın yedi günü devam etmiştir. Katılımın az olması nedeniyle her gün düzenlenen tur, haftada üç güne indirilmiştir. Standart bir gezi güzergâhı olmamakla birlikte, zamana ve yaş grubuna göre gezi programı şekillendirilmektedir. Otelde konaklayan misafirlere tur hakkında bilgi verildikten sonra katılmak isteyen turistlerin isimleri alınmaktadır. Ayrıca asansör, lobi, misafir ilişkileri ve resepsiyon bölümlerinde de afişlerle gezinin tanıtımı yapılmaktadır. Araştırmacı etkinlikte misafirleri gözlemlemek ve tur hakkında detaylı bilgi edinmek amacıyla tur sorumlusundan izin almış ve geziye katılmıştır. Saat 09.00’da tur otobüsü İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü binası önünden hareket etmiş ve sırasıyla otelleri dolaşarak geziye katılmak isteyen turistleri almıştır. Turistleri otellerden alma işlemi saat 10.45’e kadar sürmüş ve saat 11.10’da ilk

gezilecek yer olan Zafer Müzesi'ne giriş yapılmıştır. Burada müze sorumlusu tarafından büyük taarruzun gerçekleştiği bölgenin maketleri önünde Başkomutanlık Meydan Muharebesi anlatılmıştır. Bu sırada misafirlerin dikkatli bir şekilde müze sorumlusunu dinlediği gözlemlenmiştir. Saat 11.30'da Ulu Cami'ye gidilerek cami hakkında bilgi verilmiş ve yürüyerek Millet Hamamı'na gidilmiştir. Yürüyerek gidilen yerlerde, araştırmacı ziyaretçilere Afyonkarahisar Mutfağı, bölgedeki yiyecek içecek işletmeleri, otel yemekleri ve tur hakkında düşüncelerini öğrenmek amacıyla sorular yöneltilmiştir. Ziyaretçiler Afyonkarahisar'a daha önceden de geldiklerini ancak merkezde sadece Uzun Çarşı'yı bildiklerini, tur programındaki tarihi ve kültürel yerleri hiç görmediklerini ve duymadıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca otel yemeklerini beğendiklerini, Afyonkarahisar Mutfağı yemeklerini bilmediklerini, merkezdeki yiyecek içecek işletmelerinde yemek yemediklerini, gidecekleri gün sucuk, lokum, kaymak gibi gıda malzemelerini Uzun Çarşı'dan satın aldıklarını belirtmişlerdir. Millet Hamamı gezildikten sonra Mevlevihane Müzesi'ne gidilmiştir. Tur sorumlusu Mevlevihane Müzesi'nde Matbah (mutfak) bölümünde mutfak ile ilgili konulardan bahsetmiş ve ziyaretçilerden büyük ilgi toplamıştır. Cuma namazı vakti olması sebebiyle Taş Medrese ve İmarek Cami gezilememiş, tur sorumlusu ziyaretçilere Arkeoloji Müzesi'ni gezip gezmeyeceklerini sormuş, gitmek isteyen ziyaretçiler çoğunlukta olduğu için Cuma vaktinde müzeye gidilmiştir. Uzun Çarşı'da genellikle esnafların Cuma namazına gitmesinden dolayı alışveriş-serbest zaman, namazdan sonraya bırakılmıştır. Arkeoloji Müzesi'nden Uzun Çarşı'ya gelerek ziyaretçilere burada yarım saat serbest zaman verilmiştir. Tur sorumlusu herhangi bir marka veya işletme önermemeye çalıştığı dikkat çekmiştir. Serbest zaman içerisinde tur sorumlusu ziyaretçilere eşlik etmemiştir. Uzun Çarşı'da ziyaretçilerin genellikle sucuk ve lokum satan işletmelere girdikleri ve alışveriş yaptıkları görülmüştür. Saat 14.30'da serbest zaman bitirilmiş ve misafirleri otellerine bırakmaya gidilmiştir. Saat 15.30'da bütün misafirlerin otellerine bırakılmasıyla gezi sonlanmıştır. Misafirlerin tümünün tur hakkındaki düşünceleri olumlu olup, memnun ayrıldıkları gözlemlenmiştir. Geziye katılan 16 adet misafirin çoğunluğunun üçüncü yaş grubunda olduğu görülmüştür.



Resim 69-70. Şehir Turu Afişi ve 17 Mart 2017 Şehir Turu Ulu Cami



Resim 71-72. 17 Mart 2017 Şehir Turu Afyonkarahisar Evleri ve Millet Hamamı

ETKİNLİK 2

Afyonkarahisar'da düzenlenen 7. Ulusal Yemek Yarışması'nı gözlemlemek ve fotoğraf çekmek amacıyla araştırmacı yarışma saatinden yarım saat önce restorana gelmiştir. Yarışma üç kategoriden oluşmaktadır. Bu kategoriler; hamur işi, ana yemek ve tatlıdır. Ana yemek kategorisine 38 yarışmacı, hamur işi kategorisine 17 yarışmacı, tatlı kategorisine ise 23 yarışmacı katılmıştır. Yarışmacılar, yarışmaya katıldıkları yiyecekleri evlerinde hazırlamış olup, ana yemek ve hamur işi kategorisindeki yarışmacıların yemeklerini sıcak tutma, tatlı kategorisindeki yarışmacıların tatlılara eşlik eden ürünleri (kaymak, dondurma gibi) soğuk tutma konularında çabalarının yetersiz kaldığı görülmüştür. Etkinlik kapsamında

yarışmacılara sıcak ve soğuk tutmak için herhangi bir araç gereç temin edilmediği gözlemlenmiştir. 16 jüri üyesinin değerlendirdiği yarışma saat 14.00'da başlamıştır. Değerlendirmede jüri üyeleri kategorilere göre dört gruba ayrılmıştır. Ana yemek kategorisine katılım fazla olduğu için bu kategoriyi değerlendirmede dörderli iki grup jüri oluşturulmuştur. Tatlı kategorisini 3 jüri üyesi, hamur işi kategorisini ise 5 jüri üyesi değerlendirmiştir. Jüri üyeleri; Türkiye Aşçılar Federasyonu Üyeleri, Afyonkarahisar Profesyonel Aşçılar Derneği Üyeleri, Afyonkarahisar Aşçılar ve Pastacılar Derneği Başkanı, İl Kültür ve Turizm Müdür Yardımcısı, Afyonkarahisar Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Müdürü, Afyonkarahisar Belediyesi Yemekhane Mutfak Şefi ve Gıda Mühendisi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Tesisler Mutfak Şefi ve Öğretim Üyeleri ile üç yiyecek içecek işletmesi sahibinden oluşmuştur. Değerlendirmede jüri üyelerinin yöresellik, sunum ve tat gibi kriterlere dikkat ederek puan verdikleri gözlemlenmiştir. Yarışmacılara yiyeceği nasıl hazırladıkları sorulmuş, tarifleri incelenmiş ve tadım yapıldıktan sonra puan verilmiştir. Yarışmacıların sunum konusunda başarılı oldukları, genellikle yöresel ürünlerle (kaymak, haşhaş, afiyan, vişne hoşafı) sunumlar yapıldığı görülmüştür. Yarışmacıların çoğunluğu orta yaş ev hanımlarından oluşmasına rağmen, gençlerin de yarışmaya katıldıkları ve dereceye girdikleri görülmüştür. Dereceye giren dokuz yarışmacıdan üçü genç yarışmacılar olup, bu yarışmacıların özellikle sunumlarda farklılık yarattıkları görülmüştür. Örneğin, Afyon Kocatepe Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü öğrencilerinden Anıl Cerit hazırladığı vişneli ekmek kadayıfını leblebi kıtırı ile sunarak tatlı kategorisinde ikinci olmayı başarmıştır. Jüri üyelerine teşekkür belgesi ve yarışmada dereceye giren kişilere başarı belgesi verildikten sonra etkinlik sona ermiştir.

Üç kategoride birinci olan yarışmacılara 750 TL, ikinci olan yarışmacılara 500 TL, üçüncü olan yarışmacılara ise 250 TL para ödülü hediye edilmiş, diğer yarışmacılara ise mansiyon ödülü verilmemiştir. Dereceye giren üç kategorideki yiyecekler ve yarışmacıların isimleri şu şekildedir:

Tatlı Kategorisi

1. Ummahan Taşpınar- Un Helvası
2. Anıl Cerit- Leblebi Kıtırılı Vişneli Ekmek Kadayıfı
3. Emine Tıkır- Ekmek Kadayıfı

Hamur işi Kategorisi

1. Asiye Çelik- Katmer
2. Semra Manap- Katmer
3. Hale Başdaş- Gelin Çöreği

Ana Yemek

1. Keziban Tezci- Maydanoz Musakka
2. Zehra Gelişgen- Göce Köftesi
3. Fatma Tugan- Yaprak Sarması



Resim 73-74. Maydanoz Musakka ve Soğan Yahnisi



Resim 75-76. Haşhaşlı Bulgur Pilavı ve Cızdırma



Resim 77-78. Kaymaklı Ekmek Kadayıfı ve Hurma (Fırma) Tatlısı

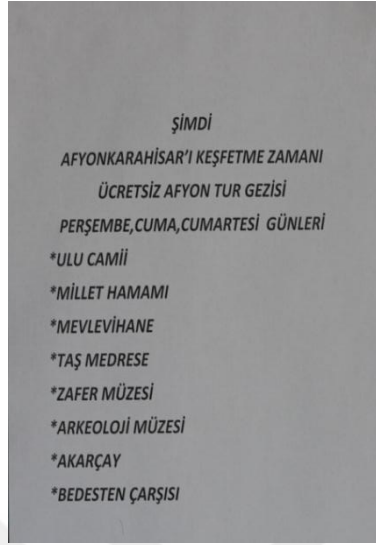


Resim 79. Katmer

ETKİNLİK 3

Afyonkarahisar Valiliği tarafından düzenlenen bu etkinliğe araştırmacının ikinci kez katılmasının nedeni; hem daha fazla turisti gözlemlemek, hem de farklı gün ve ayda etkinliğe katılmaktır. Afyonkarahisar şehir turu saat 09.55'te İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden otobüs hareket ederek başlamış ve saat 10.50'ye kadar otellerden turistler gezi için alınmıştır. Saat 11.10'da Ulu Cami ile gezi başlamış, sırasıyla Millet Hamamı, Mevlevihane, Zafer Müzesi ve Çeşmeli Konak ziyaret edilmiştir. Geziye katılan turistler orta yaş grubunda olup, Afyonkarahisar'ı ilk ziyaretleridir. Turistlerle Afyonkarahisar hakkında kısa sohbetler yapılmış ve daha önce Afyonkarahisar ile ilgili termal turizm dışında herhangi bir bilgilerinin bulunmadığını belirtmişlerdir. Şehir turunun turistler tarafından beğenildiği görülmüş ve beklentilerinin çok üstünde bir gezi olduğunu dile getirmişlerdir. Turistler ile yapılan sohbetlerde Afyonkarahisar Mutfağı hakkında bilgilerinin olmadığını, konakladıkları otelde yemekleri beğendikleri ancak Afyonkarahisar Mutfağı'na özgü yemek yemediklerini belirtmişlerdir. Turistlerden bir tanesi ise İstanbul'dan geldiğini, gelmeden önce Afyonkarahisar ile ilgili bilgi almak amacıyla internetten araştırma yaptığını, ancak gezide yer alan tarihi ve kültürel yerleri internette görmediğini belirtmiştir. Ayrıca Afyonkarahisar'da nerede, ne yenebileceği ile ilgili

yeterli bilgiye de ulaşamadığını dile getirmiştir. Serbest zaman turistlerin isteği üzerine verilmemiş, gezi saat 15.00'da bitirilmiştir.



Resim 80-81. Otellerde Yer Alan Şehir Turu Afişleri

Gaziantep ve Afyonkarahisar'da faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri ile ilgili mekânlarda yapılan gözlemlerde elde edilen bulgular değerlendirilmek gerekirse, Gaziantep'te yiyecek içecek ile ilgili pek çok mekânda Gaziantep mutfak kültürünü yansıtan unsurlar bulunmaktadır. Afyonkarahisar'da ise genellikle Türk Mutfağı restoranları ağırlıktadır ve Afyonkarahisar mutfak kültürünü yansıtmamaktadır. Afyonkarahisar'da yöresel yiyecek sunan işletmeler az bulunmakla birlikte, genellikle sipariş üzerine yöresel yemekleri hazırlamaktadırlar. Gaziantep'te faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin otantik sunuma önem verdiği, yöresel sunum ve dekorlarla hem işletmelerini hem de menülerini zenginleştirdikleri görülmüştür. Afyonkarahisar'da ise yöresel sunum yapan yiyecek içecek mekânları sayıca az bulunmaktadır. Afyonkarahisar'da düzenlenen yöresel yemek yarışmasına özellikle ev hanımlarının ilgisinin fazla olduğu, sunumlarda yöreselliği temsil etmek adına yöresel ürünlerin (haşhaş, kaymak vb.) kullanıldığı, sunum ve lezzet açısından yöreselliği yakaladıkları gözlemlenmiştir. Yiyecek içecek mekânlarında yapılan gözlemler sonucunda Gaziantep ve Afyonkarahisar illerinin gıda alışverişi ve gıda endüstrisinde başarılı oldukları anlaşılmıştır.

Tablo 17. Gaziantep ve Afyonkarahisar İllerindeki Yiyecek İçecek ile İlgili Mekânlardan Elde Edilen Bulgular

Şehir	Mekân Kodu	Yöresel Yiyecek İçecekler	Yöresel Araç Gereçler	Yöresel Sunum
Gaziantep	Mekân 1	Katmer	Tabaklar	Katmer sunumu otantik
	Mekân 2	Baharat, salça, kuruluk, çerez ve kuruyemiş gibi yöresel ürünler	-	Baharat, salça vb. ürünlerin sergilendiği kovalar yöresel kumaşlarla kaplanmıştır.
	Mekân 3	Baharat, salça, kuruluk, çerez ve kuruyemiş gibi yöresel ürünler	-	Baharat, salça vb. ürünlerin sergilendiği kovalar yöresel kumaşlarla kaplanmıştır.
	Mekân 4	Beyran ve kebab çeşitlerinden bazıları yöreye ait	Bakır tabaklar, tepsiler, sürahi, ayran tası ve ayran kaşığı yöresel	Yiyecek ve içecek sunumları yöreseldir.
	Mekân 5	Müzede hediyeelik eşya bölümünde baharat ve kuruluk gibi yöresel ürünler	Müzede sergilenen bütün araç gereçler Gaziantep Mutfağı'na ait	Tarihi bir konak içerisinde mankenlerle canlandırılan Gaziantep yemek kültürünü anlatan odalar yöresel şekilde hazırlanmıştır.
	Mekân 6	Menengiç kahvesi, zahter çayı, Antep fıstığı	Fincanlar, paşa mangalı, bakır tepsiler	Tarihi bir han içerisinde yer alan mağarada kömürde kahve pişirilmesi ve sunumu yöresel şekilde yapılmaktadır.
	Mekân 7	Menengiç kahvesi, zahter çayı, Antep fıstığı	Bakır ve demir araç gereçlerin çoğunluğu Gaziantep yöresine ait	Tarihi bir mekânda yöresel araç gereçler sunulmaktadır.
Afyonkarahisar	Mekân 8	Kaymak, manda peyniri ve yoğurdu, lokum, sucuk, tandır çorbası, kaymaklı ekmek kadayıfı gibi ürünler	-	-
	Mekân 9	Genellikle sipariş üzerine yapılan yöresel yemekler	Haşhaş taşı gibi bazı araç gereçler dekor olarak bulunmakta	Sıra yemekleri sunumu yöreseldir.
	Mekân 10	Tandır ve kaymaklı ekmek kadayıfı	Araç gereçler tamamen otantik	Otantiktir.
	Mekân 11	Kaymaklı ve vişneli ekmek kadayıfı, tandır çorbası, sucuk vb. ürünler	-	-
	Mekân 12	Tandır çorbası, ekmek kadayıfı, sucuk vb. ürünler	-	-
	Mekân 13	Lokum çeşitleri, haşhaş ezmesi, kaymak	Lokum makası yöresel	Otantiktir.
	Mekân 14	Ev ekmeği, bükme, ağzı açık gibi ürünler pişirilmekte	Tamamen yöresel bir mahalle fırını	Otantiktir.

4.2.3. UNESCO Gastronomi Şehri Rehber Kriterleri Işığında Gaziantep ve Afyonkarahisar İllerinin Kıyaslanması

Bu bölümde Gaziantep ve Afyonkarahisar illerinin gastronomi alanındaki zenginlikleri kıyaslanmıştır. Kıyaslama için UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı gastronomi şehri rehber kriterleri temel alınmıştır. Sekiz rehber kriter doğrultusunda Gaziantep ve Afyonkarahisar illerinin gastronomi zenginlikleri değerlendirilmiştir. Tablo 18’de Gaziantep ve Afyonkarahisar’ın gastronomi alanındaki zenginliklerinin durumu yer almaktadır.

- **Kent Merkezi ve/veya Bölgenin Karakteristiği Olan İyi Gelişmiş Gastronomi**

Gaziantep, Türkiye’de mutfak gelenek ve göreneklerini teknoloji gelişmesine rağmen eski sistemlerle devam ettiren şehirlerden en önemlisidir. Eski dönemlerde kullanılan araç gereçler, yiyecek içecekler, pişirme yöntemleri ve özel günlerde devam edilen gelenekleri ile Gaziantep’in sürdürülebilir gastronomi kültürü mevcut olduğu görülmektedir. Bol malzemeli, meşakkatli ve farklı pişirme yöntemleri ile pişirilen yemek ve tatlılar, kendine özgü lezzetleri ile diğer mutfaklardan ayrılmaktadır. Gaziantep’i diğer mutfaklardan ayıran en önemli husus, yerel halkın günlük hayatta yerel yiyecek ve içecekleri yoğun bir şekilde tüketmeleri dolayısıyla yerel mutfak malzemelerini ve geleneklerini sürdürmeleridir. Yerel halkın yerel yiyecek ve içeceklerini halen devam ettirmelerine en güzel örnek; yerel halkın gıda ürünlerini kendileri hazırlamalarıdır. Salça ve baharatlar, kuruluklar, soslar, turşular, şire gibi pek çok gıda ürünü hem şehirde hem de köylerde hazırlanmakta, ayrıca dükkânlarda da ev yapımı ürünler satılmaktadır. Gaziantep’te gıda ürünlerinin çoğunluğu ticarileşmek yerine doğal şekilde üretilmekte ve satılmaktadır. Kısacası, diğer mutfaklarda unutulmaya yüz tutmuş mutfak kültürü, bu şehirde önemli bir konu olup, özellikle yerel halkın mutfak kültürüne sahip çıktığı, şehrin her kesiminde farkındalık yaratıldığı dikkat çekmektedir. Hem şehirde hem de köylerde yerel halk, tüketeceği ürünleri kendileri hazırlamakta ve yerel ürünlerin kullanımını aynı şekilde devam ettirmektedirler. Ayrıca Gaziantep Mutfağı’nı araştırmak amacıyla bölgede pek çok çalışma yapılmakta ve bu konu hakkında kitaplar yazılmaktadır. Gaziantep’teki gurme ve yazarların şehirde gastronominin gelişmesine etkileri çok

büyük olduğu görülmektedir. Şüphesiz ki, Gaziantep Mutfağı'nı tanıtan yerel yönetimlerinde etkisi büyüktür. Gaziantep'te iyi gelişmiş bir gastronomi varlığının göstergelerinden biri de şehirdeki yiyecek içecek işletmelerinin tamamına yakınının Gaziantep Mutfağı üzerine faaliyet göstermeleridir. Şöyle ki, Gaziantep'te yiyecek içecek zincir işletmelerinin sayıları oldukça az olmakla birlikte, çoğunluğu alışveriş merkezlerinde bulunmaktadır. Bu işletmeleri Gaziantep'in önemli noktalarında ve işlek caddelerinde bulmak zordur. Çünkü Gaziantep'in turistik yerlerinde özellikle kebabçı, ciğerci, baklavacı, dürümcü ve kafeteryalar bulunmaktadır. Yerel halkın yerel işletmeleri tercih etmesi ve turistlerin gastronomi amaçlı gelerek yerel işletmeleri tercih etmesi, zincir işletmelerin sayısının artmasına engel olmaktadır. Ayrıca Gaziantep'in kendilerine özgü fast food (hızlı yiyecek) anlayışlarının bulunması da zincir işletmelerin başarılı olmasına engel olmaktadır. Şöyle ki, yörede dürümcü dükkânlarında insanların hızlı bir şekilde yiyecekleri, dürüm çeşitleri bulunmaktadır. Nohut dürüm, kızartma dürüm, ciğer dürüm, döner gibi yiyecekler satılmakta ve yerel halk fast food olarak bu ürünleri tercih etmektedir.

Afyonkarahisar mutfak kültürü oldukça zengin ve diğer mutfaklara göre karakteristik özelliklere sahip bir mutfaktır. Kullanılan araç gereçler, pişirme yöntemleri, yöreye özgü yiyecek içecekler, özel gün, davet ve toplantı yemek gelenekleri gibi, diğer mutfaklardan ayırıcı nitelikleri bulunan keşfedilmesi gereken önemli değerlere sahiptir. Ancak Afyonkarahisar mutfak kültürünü yansıtacak yiyecek içecek işletmeleri, yöresel araç gereçlerin sergilendiği mekânlar, yiyecek ve içeceklerin servis edildiği ve özel gün davetlerinin yaşatıldığı işletmeler az sayıda bulunmaktadır. Bazı işletmeler Afyonkarahisar mutfak kültürü ile ilgili girişimlerde bulunmasına rağmen tanıtım, pazarlama, yerel halkın rağbet etmemesi ve ziyaretçilere ulaşamamak gibi nedenlerden dolayı başarısız olmaktadır. Afyonkarahisar'da turizm sektörünün en önemli sorunu, termal amaçlı gelen ziyaretçilere ya da transit geçen insanlara Afyonkarahisar'ı tanıtamamak, tarihi, doğal ve kültürel alanlarını ziyaret etmelerini sağlayamamaktır. Termal amaçlı gelen turistler genellikle konakladıkları otellerden dışarı çıkmamakta, turistik yerleri bilmedikleri için ziyaret etmedikleri görülmektedir. Afyonkarahisar'da yolculuk amacıyla bulunan ziyaretçiler ise genellikle yol güzergâhı üzerindeki yiyecek içecek işletmelerinde mola vermekte, şehir merkezi ya da turistik yerleri ziyaret

etmemektedir. Yöresel yiyecek içecek işletmelerinin çok az sayıda olmasının en önemli nedeni, yerel halk tarafından rağbet görmemesidir. Çünkü yerel halkın dışarıda yemek yeme alışkanlıkları gelişmemiş olup, özellikle esnaf lokantalarında erkek müşterilerin ağırlıkta olduğu bilinmektedir. Sonuç olarak; Afyonkarahisar karakteristik özellikleri bulunan bir gastronomiye sahiptir. Afyonkarahisar mutfak kültürüne yönelik müzeler, etkinlikler ve yöresel yiyecek içecek işletmeleri hizmet vermeye başladıkça, etkili tanıtım, doğru mekân ve doğru pazarlama ile Afyonkarahisar’da gastronomi alanının hızla gelişeceğini söylemek mümkün görünmektedir.

Gaziantep ve Afyonkarahisar illerini kıyasladığımızda, her iki şehrin de gastronomi alanında karakteristik özellikleri bulunmaktadır. Gaziantep’te en önemli faktörün yöre insanı olduğu dikkat çekmektedir. Burada yerel halk, mutfak geleneklerini devam ettirme konusunda bilinçli ve kültürlerine sahip çıkan bir görüntü sergilemektedir. Ayrıca Gaziantep’te yöresel yiyecek içecek işletmelerine yerel halkın her kesiminin yoğun bir şekilde talebi bulunmaktadır. Bu konuda yöresel yiyecek içecek işletmelerinin çoğunluğunun kebabçı, dürümcü ve baklavacı olması dolayısıyla bu işletmelerde hazırlanan yemek ve tatlıların evlerde sürekli yapımının zor olması, insanları bu işletmelere yöneltmektedir. Afyonkarahisar’da ise yöre insanı genellikle dışarıda yemek yememekte, işletmelerde özellikle erkek müşterilerin bulunması, yöresel yiyecek içecek işletmelerinin azlığı, mutfak kültüründeki değişimler gibi nedenlerden dolayı Afyonkarahisar Mutfağı doğru şekilde tanıtılamamakta ve gelecek nesillere aktarma konusunda sıkıntı yaşanmaktadır. Özellikle şehir merkezinde bazı yemeklerin ve geleneklerin unutulmaya ve kullanılmamaya başlandığı görülmektedir. Şehir merkezi dışında köylerde ise mutfak kültürü devam ettirilerek yeni nesillere aktarılmaya çalışılmaktadır.

- **Çok sayıda geleneksel restoran ve/veya şefi bünyesinde barındıran canlı bir gastronomi topluluğunun bulunması,**

Gaziantep, gastronomisi ile ön plana çıkan şehirlerden biri olmakla birlikte, canlı bir gastronomi topluluğunu da bünyesinde barındırmaktadır. Özellikle

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına dâhil olunduktan sonra gastronomi alanında çalışmalar artmış ve yiyecek içecek işletmeleri yapımı zor ve maliyetli olan yöresel yiyecekleri de menülerinde bulundurmaya başlamışlardır. Ayrıca sadece yöresel yemek satan işletmeler ile butik otellerin de sayıları arttığı görülmektedir. Gaziantep'te gastronomi sunumu genellikle han, kervansaray, konak gibi tarihi alanlarda yapılmaktadır.

Gaziantep Mutfağı'nı öğretmek amacıyla düzenlenen kursların ve eğitimlerin sayısının arttığı görülmektedir. Farklı kategorilerde eğitimler düzenlenerek her yaştan insana Gaziantep Mutfağı tanıtılmakta ve belge almaları sağlanmaktadır. Altın fıstık derecelendirme sistemi ile işletmelerin kalite standartlarını üst düzeye ulaştırmak amaçlanmaktadır. Bu derecelendirme sisteminde yöre mutfağını bilen personellerin istihdam edilmesi önemli bir husus olmaktadır. Sonuç olarak, Gaziantep Mutfağı'nı bilen personelin sayısını arttırmak ve yiyecek içecek işletmelerinde istihdam sağlamak amacıyla çeşitli çalışmalar yapılmakta ve uygulamaların başarılı olduğu görülmektedir. Ayrıca Gaziantepli şeflerin ülkemizin farklı şehirlerinde işletmeler açarak Gaziantep Mutfağı'nı tanıttıkları da dikkat çekmektedir.

Gaziantep'teki bazı süpermarketlerin kasap reyonunda sulu yemek ve et yemekleri pişirilmektedir. Marketten gerekli malzemeler satın alınarak kasap reyonuna teslim edilen malzemeler pişirilmektedir. Benzer bir şekilde, bazı kasap dükkânları lahmacun hazırlayıp dükkân önünde satmakta, fırınlar ekmek dışında börek, lahmacun satmakta ve yemekler pişirmekte, bakkal ve büfelerde paşa mangalında ya da tek kaşıklı espresso makinelerinde kahve hazırlanıp satılmakta ve çörek otu yağı çıkarma makinesi ile kahve öğütme makinesi bulunmakta, sokakta yöresel kıyafet ve sunumla mırza kahvesi, urmu dut ve meyan kökü şerbeti satan kişiler bulunmaktadır. Sonuç olarak, Gaziantep Mutfağı'nı tanıtmak amacıyla bütün paydaşların işbirliği içinde çalıştığını söylemek mümkün görünmektedir.

İlk kriterde belirtildiği üzere, Afyonkarahisar'da yöresel yiyecek içecek satan ve sergileyen mekânlar yeterli olmamakla birlikte, bu mekânların yeterliliğinin de değerlendirilmesi gerekmektedir. Afyonkarahisarlı şefler ve Afyonkarahisarlı ev hanımları yemek hazırlama, pişirme ve sunma konularında çok başarılı olmalarına

rağmen bu konudaki yeteneklerini yatırıma dönüştürmemektedirler. Ayrıca Afyonkarahisar Mutfağı hakkında kurs ve eğitimlerinde yeterli düzeyde olmadığı görülmektedir.

- **Geleneksel Mutfakta Kullanılan İç Kaynaklı Malzeme**

Gaziantep Mutfağı'na özgü yöresel ürünlerin sayısı oldukça fazladır. Bunun en önemli göstergesi, yöresel yiyecek içecek satan dükkânların varlığı ve çokluğudur. Bu gıda mağazalarında genellikle köylerde doğal şekilde üretilen ürünler satılmakta, fabrikada üretilen gıda ürünleri ise çok az bulunmaktadır. Gaziantep Mutfağı'nda yiyeceklerin mevsiminde tüketimi önemli konulardan biri olduğu için, her mevsim farklı gıda hazırlıkları yapılmaktadır. Özellikle kış aylarında tüketmek amacıyla, her ürünün mevsiminde; turşular, soslar, salçalar, baharatlar, kurulumlar, zeytin ve peynir gibi gıda ürünleri geleneksel saklama yöntemleri ile hazırlanmaktadır.

Afyonkarahisar'da yerel ürünlerin kullanımına devam edilmektedir. Haşhaş, sucuk, kaymak, patates, yumurta, kiraz, vişne, lokum ve ekmek çeşitleri gibi pek çok ürün yoğun bir şekilde kullanılmakta ve satılmaktadır. Afyonkarahisar Mutfağı'na özgü yemeklerin sunulduğu mekân fazla olmamasına rağmen yerel ürünlerin satıldığı işletmeler sayıca fazla olduğu görülmektedir. Özellikle sucuk ve lokum satan işletmeler sayıca fazla bulunmaktadır. Afyonkarahisar'da tarım ve hayvancılık geliştiği için, burada yerel halk genellikle kendi ürünlerini yetiştirmekte ve hazırlamaktadır. Kışlık hazırlıklar arasında turşular, göce, bulgur ve peynir yapımı akla ilk gelenler arasındadır.

- **Endüstriyel/Teknolojik Gelişmeler Karşısında Ayakta Kalabilmiş Yerel Bilgi, Geleneksel Pişirme Uygulamaları ve Yöntemleri**

Gaziantep'te bakır araç gereç ile yemeklerin pişirilmesi ve sunumu yaygındır. Örneğin, beyran çorbası bakır sahanda hazırlanmakta ve kaynar bir şekilde servis edilmektedir. Küpler içerisinde salça ve peynirlerin saklanması da örnek olarak gösterilebilir. Gaziantep'te meyve, sebze, et gibi kullanılacak ürüne göre pişirme

yöntemleri çeşitlilik göstermektedir. Örneğin, et; hazırlanacak yemeğe uygun bir şekilde terbiye edilerek, kızartılarak, ızgarada pişirilerek, haşlanarak ya da fırında pişirilerek tüketilmektedir. Gaziantep'te geleneksel pişirme ve saklama yöntemlerinin yerel halk ve işletmeler tarafından halen devam ettirildiği görülmektedir. Ayrıca Gaziantep Mutfağı eğitimlerinde geleneksel pişirme ve saklama yöntemleri hakkında kursiyerler bilgilendirilmekte ve uygulamalarda bu yöntemler kullanılmaktadır. Emine Göğüş mutfak müzesinde geleneksel yemekler, pişirme ve saklama yöntemleri hakkında bilgi ve görseller bulunmakta ve mankenlerle geleneksel yöntemler canlandırılmaktadır.

Afyonkarahisar'da bilinen pişirme yöntemleri dışında, farklı pişirme yöntemleri de mevcuttur. Mermer üzerinde barbekü, çömlek içerisinde keşkek hazırlama, köy fırınında hamur işleri pişirme, kuzine sobada yemek pişirme, kumpir hazırlama örnek olarak gösterilebilir.

- **Geleneksel Besin Marketleri ve Geleneksel Besin Endüstrisi**

Gaziantep gıda alışverişi açısından zengin kaynaklara sahiptir ve bu kaynakları ziyaretçilere sunma konusunda da başarılı olduğu görülmektedir. Nitekim Gaziantep'e gelen ziyaretçiler, genellikle yöresel gıda mağazalarını ve turistik gıda çarşılarını gezerek, Gaziantep Mutfağı'na özgü gıda ürünleri ve bakır araç gereçler satın almaktadırlar. Yöresel yiyecek içecek ile ilgili işletmelerin tamamına yakınında yerel mutfaka özgü yiyecek içecek tüketmek veya satın almak mümkündür. Özellikle baharat ve kuruyemiş dükkânları, esnaf lokantaları, turistik pazarlar, hanlar içerisindeki gıda mağazaları ve kafeteryaların sayısı oldukça fazladır. Kafeteryalar genellikle hanlar, mağaralar, kervansaray ve konaklarda hizmet vermekte olup, yöreye özgü Menengiç kahvesi, Türk kahvesi, Osmanlı kahvesi, dibek kahvesi ve zahter çayı hazırlanmaktadır. Esnaf lokantaları Gaziantep'te önemli bir yere sahip olup, yerel halk için kimi işletmeler bazı yemekleri çağrıştırmaktadır. Dolayısıyla yerel halk neyi, nerede yiyeceğini ve içeceğini iyi bilmekte ve bu konuda ziyaretçilere doğru tavsiyelerde bulunmaktadırlar. Sadece beyran ve paça çorbası satan esnaf lokantaları olduğu gibi, sadece dürüm veya kebab satan lokantalar da bulunmaktadır. Bu şehirde tek uzmanlık alanına yönelik işletmeler çoğunluktadır.

Şöyle ki, sadece beyran, ciğer veya nohut dürüm satan işletmeler bulunmakta olup, bu işletmelerin yoğunlaştıkları alanda başarılı oldukları dikkat çekmektedir.

Afyonkarahisar gıda alışverişi açısından zengin kaynaklara sahiptir. Şehirde tarım ve hayvancılığın gelişmiş olması nedeniyle pek çok ürün üretilerek satışı gerçekleştirilmektedir. Afyonkarahisar’da yöreye özgü karakteristik gıda ürünleri de bulunmaktadır. Haşhaş, ağzı açık, bükme, manda kaymağı, manda yoğurdu, manda peyniri, kaymaklı lokum, kaymaklı şeker, kaymaklı ekmek kadayıfı gibi yöresel ürünleri ilk akla gelen karakteristik gıda ürünleri arasındadır. Afyonkarahisar geçiş güzergâhında olması nedeniyle büyük bir kitleye ulaşma imkânı bulunmaktadır. Bu imkân doğru değerlendirildiğinde gıda alışverişi bakımından Türkiye’de ilk sırada gelen şehirlerden en önemlisi olma ihtimalinin yüksek olduğunu söylemek mümkündür.

- **Gastronomi Festivaller, Ödüller, Yarışmalar ve Diğer Geniş Kapsamlı Tanınırlık Faaliyetlerine Ev Sahipliği Yapma Gelenegi**

Gaziantep Yaratıcı Şehirler Ağına dâhil edilmeden önce bazı ulusal ve uluslararası yarışmalar ve festivallere ev sahipliği yapmıştır. Ancak ağa dâhil olunduktan sonra bu konuya ağırlık verilmiş, festival, yarışma ve etkinlikler düzenlenmeye başlanmış ve sürekliliği sağlamak amaçlanmıştır.

Afyonkarahisar’da gıda festivalleri bulunmakta ancak tanıtım, pazarlama ve sürdürülebilirlik konularında sorunlar yaşanmaktadır. Geleneksel olarak devam eden bazı festivallerin bu gibi sorunlardan dolayı devam edilemediği görülmektedir. Gastronomi ile ilgili etkinlikler düzenlenmeye çalışılsa da başarılı olduklarını söylemek mümkün değildir. Afyonkarahisar Mutfağı’na yönelik yapılan yarışmada ise her yıl daha fazla katılım sağlanmakta ancak organizasyon sorunları da bulunmaktadır.

- **Doğaya Saygı ve Geleneksel Yemeklerde Kullanılan Az Bulunur Malzemelerin Sürdürülebilir Biçimde Temini**

Gaziantep’te Büyükşehir Belediyesi tarafından çiftçilere destek verilmekte, özellikle Gaziantep’e özgü biber ve domates fideleri dağıtımı yapılarak üretimi

sağlanmaktadır. Peynir yapımını desteklemek adına küçükbaş hayvancılık yapan kişilere gerekli destek verilmektedir. Antep fıstığı üretimi için her konuda destek verilmekte ve üretimin artması amaçlanmaktadır.

Afyonkarahisar'da en önemli gıda ürünlerinden biri manda kaymağıdır. Manda sütünden elde edilen ürünlere (kaymak, yoğurt, peynir) ulaşmak giderek zorlaşmaktadır. Bunun en önemli sebebi manda yetiştiriciliğinin zor olması ve mandaların yaşayacağı sulak alanların azalmasıdır. Bu konuda hazırlanacak projelerle manda yetiştiriciliği desteklenmeli ve süt ürünlerinin satışı arttırılmaya çalışılmalıdır.

- **Kamuoyunun Takdirine Çalışmak, Eğitim Kuruluşlarında Beslenmenin Desteklenmesi, Biyoçeşitliliği Koruma Programlarının Aşçılık Okulları Müfredatına Konulması**

Gaziantep şehrinin gastronomi alanında başarılı olmasının nedenlerinden biri de yerel halkı bu sürece dâhil etmektir. İşletmelere, girişimcilere ve çiftçilere sürekli destek vererek insanları bu sürecin bir parçası haline getirmektedir. Benzer bir şekilde, özellikle kadınlar, engelliler ve çocuklara yönelik eğitimler verilerek farkındalık yaratılmaya çalışılmakta, iş hayatına gastronomi alanında girmeleri için destek verilmektedir. Eğitim kuruluşlarında da bazı projeler geliştirilerek, özellikle yurtdışı öğrenci değişim programlarıyla Gaziantep gastronomisini geliştirmek ve tanıtmak amaçlanmaktadır.

Afyonkarahisar'da ise gastronomi alanında desteklerin yetersiz olduğu, yerel halkın paydaş olarak henüz yer almadığı görülmektedir. Afyon Kocatepe Üniversitesi Aşçılık ile Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü öğrencilerinin katıldıkları yarışmalarda Afyonkarahisar Mutfağı'nı tanıttıkları, uygulama derslerinde yöresel yemekleri öğrendikleri bilinmekte ancak yeterli olmadığı görülmektedir.

Tablo 18. Gaziantep ve Afyonkarahisar İllerinin Gastronomi Kriterlerine Göre Kıyaslanması

Gastronomi Şehri Kriterleri	İller	
	Gaziantep	Afyonkarahisar
İyi Gelişmiş Gastronomi	Mevcut	Geliştirilmemiş bir gastronomi varlığı
Gastronomi Toplulukları (Yöresel restoran ve şefler)	Mevcut	Gastronomi topluluklarının sayıları oldukça az
Yerel Gıda Ürünleri	Mevcut	Mevcut ancak çoğunluğu bilinmemekte
Geleneksel Gıda Marketleri	Mevcut	Mevcut ancak ürün sunumları yetersiz
Geleneksel Mutfak Uygulamaları	Mevcut	Mevcut ancak çoğunluğu artık kullanılmamakta
Festival, Yarışma vb. Etkinlikler	Mevcut	Yeterli değil, festivallerde sürdürülebilirlik sorunu bulunmakta
Yerel Ürünlerin Teşviki	Mevcut	Mevcut değil
Eğitim Kurumlarında Gastronominin Yeri	Geliştirilmekte	Yeterli değil

Üçüncü bölümü özetlemek gerekirse; Afyonkarahisar zengin ve karakteristik özelliklere sahip bir mutfak olmasına rağmen genel olarak bilinmemektedir. Özellikle yemekleri hakkında ziyaretçilerin bilgilerinin olmadığı, sucuk, kaymak ve lokum üçlüsü dışına henüz çıkamadığı görülmektedir. Afyonkarahisar’da faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerine baktığımızda, genellikle Türk Mutfağı restoranları olduğunu görmekteyiz. Bu restoranların çoğunluğunda Afyonkarahisar Mutfağı’na ait sadece bir veya iki çeşit yemek ve tatlı bulunmakta, yöresel araç gereç kullanımı ve yöresel sunum yapılmamaktadır. Genellikle yol üzerindeki restoranlar bilinmekte, şehir merkezindeki restoranların çoğunluğu ziyaret edilmemektedir. Ayrıca Afyonkarahisar’da sucuk ve lokum satan işletmeler çoğunlukta olup, hem yol üzerindeki hem de şehir merkezindeki işletmelere talep fazla olduğu görülmektedir.

Gaziantep gastronomi alanında dünyada 18 şehirden biri olmasıyla birlikte, mutfak kültürünü daha da iyi tanıtmayı başarmış ve ziyaretçileri gastronomi amaçlı seyahatlere yöneltmiştir. Türkiye’de gastronomi amaçlı seyahatlerin gelişiminde, yaygınlaşmasında ve gastro turistlerin sayısının artmasında Gaziantep’in katkısının önemli olduğu görülmektedir. Gaziantep’te gastronomi sunumu; tarihi ve kültürel

alanlarda daha fazla yapılmakta olup, işletmeler eski dönemlere ait mutfak araç gereçlerini dekor olarak kullanmaktadır. Bölgenin kültürünü yansıtan en önemli öğe olan gastronomi ile ziyaretçiler, Gaziantep kültürünü, hem tarihi hem de kültürel değerlerle iç içe öğrenmektedir. Gaziantep'e hangi amaçla gidilirse gidilsin, turizm amaçlı bir seyahat olmasa bile ziyaretçilerin çoğunluğu Gaziantep gastronomisi, tarihi ve kültürü hakkında bilgi edinerek şehirden ayrılmaktadır. Bu durum, Gaziantep'in tanıtım ve pazarlama çabalarının ne kadar etkin ve başarılı olduğunu, Gaziantep turizminin gastronomi, tarih ve kültür ile iç içe sunulduğunun bir göstergesidir.

Gaziantep'te faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerine baktığımızda, genellikle yöre mutfağına yönelik işletmelerin olduğunu görmekteyiz. Ayrıca tek uzmanlık alanına yönelik işletmelerin bulunduğu, ulusal ve uluslararası zincir işletmelerin az sayıda olduğu ve şehirde meşhur olan işletmelerin bile başka şubelerinin olmadığı, farklı şehirlerde şubeler açmadıkları görülmektedir. Bu durum, Gaziantep'in Türkiye'deki diğer şehirlerden farklı bir gastronomisinin ve farklı bir işletme anlayışının bulunduğu bir göstergesidir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizmin çeşitlendirilmesi ve on iki aya yayılması için destinasyon pazarlamasında kültürel değerlerin önemi gittikçe artmaktadır. Genellikle destinasyonlarda taklit edilemeyen, yöreye özgü olan ve bölgenin kültürünü en iyi şekilde yansıtan mutfak kültürü ön plana çıkarılmaktadır. Mutfak kültürü özgün şekliyle sunulduğu takdirde pek çok turistin ilgisini çekmekte ve turistler tarafından önemli bir çekim faktörü olarak görülmektedir. Türkiye’de ise genellikle restoranlar, her türlü yiyecek ve içeceği satma çabası içerisinde olduğu için, yerel yemeklere gereken önem verilmemekte, en çok tüketilen yiyecekler menüde yer almaktadır. Ancak Gaziantep’te böyle bir sorun bulunmamakta, sadece tek ürünü satan küçük işletmeler çoğunlukta ve tercih edilenler arasındadır. Gaziantep’te yerel halk ve turistler yöresel restoranları tercih ederek yöresel yiyecek ve içecekleri tüketmekte, bu şehrin gastronomi anlamında bir çekim merkezi olmasını sağlamaktadır. Afyonkarahisar’da ise zengin bir mutfak kültürü bulunmasına rağmen, bölgedeki yiyecek içecek işletmeleri ve yerel yönetimler bu zenginliği yeterince değerlendirememekte ve tanıtamamaktadır. Bu bağlamda, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağında yer alan gastronomi kenti Gaziantep, Afyonkarahisar’da gastronomi sunumunun geliştirilmesi için yapılacakların belirlenmesinde örnek alınması gereken şehir olarak seçilmiştir. Afyonkarahisar’ın turizm sektörü dâhilinde temel çekiciliği termal turizm olmakla birlikte, alternatif turizm çeşitleri ile desteklenmesi gerektiği düşünülmektedir. Gaziantep gastronomisi rehberliğinde ve turizm paydaşlarının görüşleri alınarak, Afyonkarahisar’da gastronomi sunumunun geliştirilmesi adına yapılacakların belirlenebileceği düşüncesi ile hazırlanan bu çalışmada en temel sonuçlar şunlardır:

- Afyonkarahisar mutfak kültürünün zengin olması ve karakteristik ürünlerinin (haşhaş, manda kaymağı vb.) bulunması nedeniyle gastronomi turizminin geliştirilebileceği bir şehirdir.
- Afyonkarahisar’ın turizm sektöründeki temel çekiciliği termal turizmdir. Termal turizm, yılın on iki ayı devam etmesi ve müşteri kitlesinin gastronomi turizmi ile benzer olması nedeniyle Afyonkarahisar’da alternatif turizm türü olarak gastronomi turizmi geliştirilebilir.

- Afyonkarahisar’da ulusal ve uluslararası acentelerle işbirliğinin ve ulusal ve uluslararası fuar organizasyonlarına katılımın yetersiz olduğu görülmektedir.
- Afyonkarahisar Mutfağı’na ait yemekler ziyaretçiler tarafından bilinmemektedir. Afyonkarahisar sucuk, kaymak, lokum, haşhaş, ekmek kadayıfı ve kaymak şekeri ile tanınmakta, yöresel yemekleri genellikle bilinmemektedir.
- Afyonkarahisar’da Türk Mutfağı restoranları çoğunluktadır.
- Afyonkarahisar’da faaliyet gösteren otel işletmelerinde yerel mutfak örneklerine rastlanılmakta ancak çoğunlukla farkındalık oluşturulmadığı, tanıtılmadığı ve markalaşma yoluna gidilmediği anlaşılmaktadır.
- Afyonkarahisar’da tabela ile müşteri çekme anlayışı yaygındır. Bu durumun müşteri kazanmaktan ziyade tabela kirliliğine neden olduğu bir gerçektir.
- Afyonkarahisar’da faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinde otantik sunum şekillerine ilgi gösterilmemektedir.
- Afyonkarahisar’da yöresel yiyecek ve içecek işletmelerinin sayısı yeterli değildir ve sayıca az olan bu işletmelerin yeterli tanıtımı yapılmamakta, yöresel yiyecekler genellikle sipariş üzerine hazırlanmaktadır. Yapımı zor ve meşakkatli yemeklerin genellikle ticari sunumları bulunmamaktadır.
- Afyonkarahisar’da tarihi ve kültürel değerler gastronomi sunumunda yeterince değerlendirilmemektedir.
- Afyonkarahisar’da gıda ürünleri ucuz, kaliteli, çok çeşitli ve üretimi doğaldır.
- Afyonkarahisar’da aşçılar ve ev hanımları yöresel yemeklerde maharetli ve yetkin olmalarına rağmen, bu becerilerini yatırıma dönüştürmemektedirler.
- Afyonkarahisar’da nitelikli personel bulmakta zorluk yaşanmakta ve personel eğitiminde sıkıntılar yaşandığı anlaşılmaktadır.
- Afyonkarahisar’da uluslararası işletmeler bile globalizasyona uğramıştır. Küresel markanın kültür öğelerini kullanarak ürünleri bölgeye entegre etme ve şirket kültürünü yerel şartlara uyarlama çabası bulunmadığından bu durum olumsuz olarak değerlendirilmektedir. Şöyle ki, Afyonkarahisar’da

uluslararası yiyecek içecek işletmelerinde çalışan personel şirket standartlarına uymamakta ve çoğunlukla işletmeler şirket politikalarını etkin bir şekilde sunmamaktadır.

- Afyonkarahisar’da destinasyon imajına yönelik belediyeye bağlı birimler bulunmamaktadır.
- Katılımcıların eğitim seviyeleri yüksektir ve genellikle turizm eğitimi veren okullardan mezun olmuşlardır.
- Katılımcılar Afyonkarahisar’da gastronomi sunumunun geliştirilmesi düşüncesine olumlu bakmaktadırlar.
- Katılımcıların turist profilleri hakkındaki görüşlerinin Afyonkarahisar’a genellenebilecek bir şekilde olmadığı anlaşılmaktadır.
- Otel yöneticileri ile yapılan görüşmelerden elde edilen bulgulara göre otellerin çoğunluğunun kendilerine ait çiftlikleri ve seraları bulunmakta, misafirlere kendi ürettikleri gıda ürünlerini sunmaktadırlar.
- Paydaşlarla yapılan görüşmelerin analizi sonucu elde edilen bulgulara göre Afyonkarahisar’ın gastronomi markası kaymaktır.
- Paydaşlarla yapılan görüşmelerin analizi sonucu elde edilen bulgulara göre Afyonkarahisar’da geliştirilmesi gereken alternatif turizm türü kültür turizmidir.
- Doküman analizi sonucu elde edilen bulgulara göre Gaziantep’in tanıtım açısından gastronomiye beklenen değeri verdiği, Afyonkarahisar’ın ise bu konuda henüz yolun başında olduğu anlaşılmaktadır.
- Gaziantep’in gastronomi alanındaki çalışmaları, ülkemizin bütün şehirleri tarafından örnek alınması gereken niteliktedir.
- Gaziantep mutfak kültürünü sahip olduğu tarihi, doğal ve kültürel değerleri ile iç içe sunmaktadır. Gaziantep’te özellikle tarihi han, kervansaray ve müzelere yönlendirmeler oldukça başarılıdır.
- Gaziantep’te herhangi bir gezilecek yerde veya mekanda gastronomiye yönelik unsurları bulmak mümkündür.

- Gaziantep’te faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinde yöresel sunum şekilleri kullanılmaktadır.
- Gaziantep Mutfağı, ulusal ve uluslararası düzeyde başarılı bir şekilde tanıtılmaktadır.
- Gaziantep’te paydaşlara bilgilendirme ve farkındalık eğitimleri düzenlenmekte ve Gaziantep Mutfağı’na yönelik kurslar açılarak nitelikli personel yetiştirilmektedir.

Araştırma ile elde edilen bulgular araştırma sorusunun da yanıtlanmasını sağlamaktadır. Araştırma sorusu “Zengin mutfak kültürüne rağmen Afyonkarahisar’da neden etkin ve yöresel bir şekilde gastronomi sunumu yapılamamaktadır?” şeklindedir. Bu bağlamda araştırma bulguları Afyonkarahisar halkının mutfak kültürüne yeterince sahip çıkmadığı, yerel yönetimlerin mutfak kültürünü geliştirmek adına tanıtım ve pazarlamaya yeterince önem vermediği, yöresel yiyecek içecek işletmelerine yeterince ilgi gösterilmediği, bu yüzden yöresel işletmelerin fazla açılmadığı, eğitim konusuna ağırlık verilmediği ve paydaşlar ile ortak yürütülen çalışmaların yetersizliği nedeniyle gastronomi sunumunun gelişmediğini göstermektedir.

Afyonkarahisar’da gastronomi sunumunun geliştirilmesinin Gaziantep gastronomisi rehberliğinde incelendiği bu çalışma sonucunda, çeşitli öneriler geliştirmek mümkündür. Gaziantep örnek alınarak ve turizm paydaşlarının görüşleri alınarak hazırlanan bu araştırmada çözüm önerileri aşağıda sunulmaktadır.

- Afyonkarahisar gıda alışverişi ve gıda endüstrisinde önemli bir yere sahiptir. Ayrıca bazı gıda ürünleri ile gastronomi imajına sahip bir şehirdir. Bu bağlamda, Afyonkarahisar hem konum itibarıyla hem de gelişmiş tarım, hayvancılık ve gıda endüstri ile alışveriş turizmi için gerekli niteliklere sahip bir şehir olarak görülmektedir. Söz gelimi, Afyonkarahisar’da alışveriş amaçlı ziyaretlerle gelişebilecek bir gastronominin varlığından söz etmek mümkündür.
- Afyonkarahisar Mutfağı’nın unutulmasını engellemek, yeni nesillere aktarmak ve gastronomisini geliştirmek amacıyla yapılacakların ilki yerel

halkı bu sürece dâhil etmektir. Yerel halk için eğitimler planlanmalı, Afyonkarahisar Mutfağı'na yönelik kurslar açılmalı ve işletmelerde yöresel yemekleri bilen eğitilmiş personel istihdamı sağlanmalıdır.

- Afyonkarahisar Belediyesi'ne ait “Lezzetin Başkenti” sloganını karşılayacak çalışmaların yeterince fazla olmadığı anlaşılmaktadır. Bu sloganın gıda alışverişi olarak kullanıldığı dolayısıyla “Gıda Alışverişinin Merkezi” ya da “Doğal ve Lezzetli Ürünler Merkezi” sloganının daha uygun olacağı düşünülmektedir.
- Afyonkarahisar Türkiye'nin diğer şehirlerine oranla daha fazla gıda ürünü ile tanınmakta olup, bu avantaj değerlendirilmeli ve mutfak kültürüne ait değerler ile de özdeşleşmesi sağlanmalıdır.
- Afyonkarahisar'da gastronomi turizminin gelişebilmesi için turizm endüstrisinin işbirliği içinde çalışması önem arz etmektedir. Bu sebeple, yiyecek içecek üreticileri, otel işletmeleri ve diğer turistik işletmeler iletişim halinde olmalı ve ortak projeler yürütmelidirler.
- Afyonkarahisar'da yaşayan bütün insanların turizm geliştirme sürecine dâhil edilmesi gerekmektedir. Ortak akıl/ortak çaba ilkesi ile özellikle yerel halkın ve yerel üreticilerin bu süreçte önemli bir rol oynayacağı ve paylaşma duygusunun gelişeceği düşünülmektedir. Özellikle yerel halkın girişimci olmaları desteklenmeli ve teşvik edilmelidir.
- Afyonkarahisar Mutfağı'na özgü işletmelerin açılmasına destek verilmeli, işletmelerin ayakta kalabilmesi için kurum misafirleri bu işletmelerde ağırlanmalı ve yöresel işletmelerin tanıtım ve pazarlamaları yerel yönetim tarafından gerçekleştirilmelidir. Yöresel işletmelerde menünün tamamı yöresel ürünlerden oluşmalı ve yöresel araç gereç kullanılmalıdır. Örneğin, kahvaltıda manda kaymağı, manda peyniri, manda tereyağı, kiraz reçeli, süt reçeli, haşhaş ezmesi, manda sütü, sucuk, köy yumurtası, ev ekmeği, patates ve hamur işleri gibi yörede bulunan ürünler ağırlıklı olarak kullanılmalı, yöresel araç gereç olarak haşhaş taşı, bakır ve mermerden yapılmış araç gereçler kullanılmalıdır.

- Yerel halk, işletmeler ve endüstri paydaşları için turizm ve gastronomi konularında eğitimler verilmeli, Afyonkarahisar'ın sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel değerlere dikkat çekilmeli ve yerel halk Afyonkarahisar tarihi hakkında bilinçlendirilmelidir.
- Tarım ve hayvancılık ile uğraşan kişilere yeme içme kaynaklarının elde edilmesinde iyi tarım uygulamalarının korunması ve yaygınlaştırılması için bilinç oluşturulmalıdır. Jeotermal seracılık özellikle bir köyde geliştirilmeli, “Organik Gıda Köyü Projesi” hazırlanarak burada çiftlik evleri ve çiftçi pazarları oluşturulmalıdır.
- Afyonkarahisar tarihi ve kültürel değerlerini sergileyen gezici bir müze, öncelikle Afyonkarahisar olmak üzere bütün şehirleri dolaşarak Afyonkarahisar hakkında bilgilendirme yapmalıdır.
- Afyonkarahisar mutfak kültürünü sergileyen, yöresel gıda tadımı ve satışı yapılan, mutfak kültürü ile ilgili kitap ve broşürlerin yer aldığı “Tanıtıcı Gastronomi Müzesi” planlanmalı ve şehirlerde tanıtım yapmak amacıyla gezici gastronomi müzesi olarak faaliyet göstermelidir.
- Afyonkarahisar mutfak kültürünü yansıtacak tarihi konaklar restore edilerek kafeterya, butik otel ve restoran olarak hizmete açılmasına destek verilmelidir. Ayrıca Afyonkarahisar'da tarihi bir konağın “Gastronomi Temalı Müze” olarak hizmet vermesi desteklenmelidir. Müze yöresel araç gereçlerden, sofraya kadar mutfak kültürünü tamamen yansıtacak şekilde hazırlanmalıdır. Özel gün davet ve toplantı gelenekleri, haşhaş ezilmesi, keşkek hazırlanışı, bulgur ve göce hazırlanışı gibi işlemlerin Afyonkarahisar yöresine özgü kıyafetler eşliğinde mankenlerle canlandırılması gerekmektedir. Müze içerisinde satış bölümü bulunmalı ve burada ön plana çıkarılması gereken gıda ürünleri (kiraz, vişne, leblebi, soda, yumurta, göce ve göce tarhanası, patates, manda yoğurdu ve peyniri, haşhaş ezmesi) satılmalıdır. Kent müzesinde de benzer bir yapılmaya gidilmelidir. Ayrıca gastronomi müzesinde veya yakınında yer alan bir mekânda Afyonkarahisar Mutfağı üzerine eğitim veren merkezler bulunmalı, burada

kursiyerlerin hazırlamış olduğu yöresel yemek ve tatlılar ziyaretçilere ikram edilmelidir.

- Kervansaray ve hanların yöresel restoran ya da gıda alışveriş mağazası olarak otantik bir şekilde dekore edilerek hizmete açılması desteklenmelidir. Örneğin, Afyonkarahisar şehir merkezindeki tarihi Taşhan, gıda pazarı, köylü pazarı, organik pazar, gurme pazarı, yöresel pazar, arasta gibi isimlerle tanıtılarak, burada misafirlerin hem alışveriş yapacakları alan, hem de dinlenmek amacıyla oturacakları kafeteryalar bulunması gerekmektedir. Konum itibarıyla ulaşımı kolay olması ve genellikle ziyaretçilerin alışveriş yaptıkları Uzun Çarşı'ya yakın olması nedeniyle bu mekân, Afyonkarahisar tanıtımı için önemli bir mekân olarak görülmektedir.
- Afyonkarahisar kentsel sit içerisindeki mahallelerde yer alan köy fırınları turizme kazandırılmalı, bu mekânlar turistlerin her zaman ziyaret edebileceği, bilgi alabilecekleri, ürünlerin yapılışını seyredebilecekleri ve ürünleri satın alabilecekleri mekânlara dönüştürülmelidir. Söz konusu fırınlardaki işleyiş eski dönemlerde olduğu gibi aynı geleneklerle sürdürülmektedir. Turistlerin Afyonkarahisar gastronomisi hakkında bilgi sahibi olmaları için bu mekânlar önem arz etmekte ve değerlendirilmesi gerekmektedir.
- Yiyecek içecek işletmeleri ve otel işletmelerinin tamamında kahvaltı ve çorbalar ile ekşi mayalı ev ekmeği sunumu gerçekleştirilmelidir. Otel işletmelerinde beş çayı adı verilen ara öğünde Afyonkarahisar yöresine ait haşhaşlı lokul, cızdırma, övme, katmer, bükme ve ağzı açık gibi hamur işleri çeşitlerine yer verilmelidir.
- Otel işletmelerinde manda yoğurdu, manda peyniri, haşhaşlı hamur işleri ve Afyonkarahisar Mutfağı'nda unutulmaya yüz tutan yemekler yöresel araç gereçler ile birlikte sunulacak tanıtılmalıdır.
- Afyonkarahisar'da faaliyet gösteren otel işletmeleri yarım pansiyon çalıştıkları için sabah ve akşam büfelerinde Afyonkarahisar Mutfağı'na yer vermiş olsalar bile büfede çok çeşit yiyecek bulunduğundan, Afyonkarahisar'a özgü yiyecekler büfede fazla fark edilmediği, dolayısıyla yeterli ilgi görmediği düşünülmektedir. Afyonkarahisar Mutfağı'nı tanıtmak

amacıyla büfelerde yöreye ait yemek isimliklerinin diğer isimliklere göre farklı olması ve merak uyandırması, yiyeceklerin yöreye ait sunum tabakları (bakır ve mermer gibi) ile büfede yer alması ve sunumlarının cezbedici olması, gerekirse yakınında bilgi panosu ve yiyecek görseli bulunması gerekmektedir. Lobi ve asansörlerde “Günün ya da haftanın yöresel yemeğini denemelisiniz” gibi iştah açıcı görseller ile birlikte afişler hazırlanarak, misafirlerin bu yiyecekleri talep etmesi, merak etmesi ve tatmak istemesi sağlanabilir. Ayrıca sıra yemekleri sunan konaklarla anlaşarak haftanın bir günü “Afyonkarahisar Gecesi” düzenlenebilir ve misafirlerin bu şekilde otelden dışarı çıkmaları, Afyonkarahisar’ı tanımaları sağlanabilir. Ayrıca kışın otel bahçesinde misafirlere sucuk partisi düzenlenmelidir.

- Afyonkarahisar, gıda alışverişlerinde tanınan ve gıda endüstrisi gelişmiş şehirlerden biridir. Ancak Afyonkarahisar Mutfağı’na özgü yemeklerin çoğunluğu yeterince tanıtılamamaktadır. Yapılacak çalışmalar ile başta yol üzerindeki yiyecek içecek işletmeleri ve şehir merkezi olmak üzere Afyonkarahisar Mutfağı’na yer verilmeli ve etkili tanıtım kampanyaları düzenlenmelidir.
- İkbal lokantası gastronomi alanında marka olmuş bir firma olarak, Afyonkarahisar’ın gastronomi sunumunun geliştirilmesi ve gastronomi destinasyonu özelliği kazanması adına önemli katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Ayrıca Gaziantep’te faaliyet gösteren Mekân 1’in hazırlamış olduğu broşüre (s. 165) benzer bir broşür İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından hazırlanmalı ve İkbal, Etçi Baba, Özdilek, Afium gibi özellikle yol üzerindeki mekânlara uğrayan yol misafirlerine broşürler dağıtılarak kentin tarihi, kültürel ve doğal güzellikleri tanıtılmalıdır.
- Farklı şehirlerden Afyonkarahisar’a gelen öğrencilere yöre mutfağını tanıtmak amacıyla üniversite yerleşkesinde yöresel işletmelerin açılması desteklenmelidir.
- Afyonkarahisar’da düzenlenen yöresel yemek yarışmasının kategorileri çeşitlendirilmeli, özellikle gençler ve ev hanımları ayrı kategorilerde yer almalı ve bu tür etkinliklerin sayısı arttırılmalıdır. Yarışmada önceden

hazırlanan yemek ve tatlılar yerine, yarışmanın yapıldığı mekânda yemeklerin yapılıp sunulması gerekmektedir. Ayrıca katılımcılara mansiyon ödülü verilmelidir.

- Afyonkarahisar önemli bir geçiş güzergâhında bulunması ve orta yol olması nedeniyle pek çok etkinliğe ev sahipliği yapabilecek avantaja sahiptir. Bu avantajı değerlendirmek için yol güzergâhı üzerine ülkemizin en büyük “Yöresel Gastronomi Mağazası” ve en geniş festival alanı kurulması desteklenmelidir. Yöresel gastronomi mağazası sadece gıda alışveriş mağazası olarak faaliyet göstermeli ve ülkemizin bütün illerinin meşhur ürünleri satılmalıdır. Mağaza içerisinde ulusal ve uluslararası zincir işletmeler yerine, bulundukları şehirde marka olan yiyecek içecek işletmelerine yer verilmelidir. Tamamen otantik şekilde dekore edilecek mağazada, nostalji uyandıracak, herkesin memleketinden ve diğer şehirlerden bir şeyler bulabileceği bir mekan olarak hizmet vermelidir. Ayrıca şehirlerin meşhur gıda ürünlerinin maketlerinin sergilendiği “Minyatür Gastronomi Parkı” yapılması desteklenmelidir. Festival alanında ise gastronomi ve alışveriş temalı festival, şenlik, tadım günleri, konferans, söyleşi ve yarışmalar düzenlenerek ziyaretçilere Afyonkarahisar Mutfağı tanıtılmalıdır.
- Türkiye’de gastronomi alanının gelişimi adına Türkiye Gastronomi Merkezi (TGM) isimli bir merkez Afyonkarahisar’da kurulmalı ve özellikle öğrenci ve öğretim görevlilerinin gelişimi için etkinlikler düzenlenmelidir. Böyle bir projede ortaklardan ilki Gaziantep olmalıdır. Şefler, eğitimciler ve öğrenciler için yarışmalar düzenlenmeli ve birinci olan öğrencilerin bir dönemlik eğitim masrafı üstlenilmelidir. Türkiye’de aşçılık ve gastronomi bölümlerinin en büyük eksikliği tat eğitimi derslerinin bulunmamasıdır. Söz konusu merkezde öğrencilere ve öğretim görevlilerine “Tat eğitimi kursu” verilmeli ve baharattan içeceklere kadar pek çok gıda ürününün tadına bakılmalı, kurs bitiminde sınav yapılarak sertifika almaları sağlanmalıdır. Ayrıca bir derecelendirme sistemi oluşturularak, aşama aşama ilerleyerek “Tat eğitimcisi” unvanına sahip olmaları sağlanmalıdır. Böylece gurme, gastronom ve degüstatör sayılarının da düzenlenen bu eğitimlerle artmaya başlayacağı düşünülmektedir.

- Somut olmayan kültürel miras temsili listesinde yer alan ve ülkemizin farklı şehirlerinde olduğu gibi Afyonkarahisar’da da önemli bir yeri olan keşkek yemeğini tanıtmak amacıyla “Uluslararası Keşkek Festivali” düzenlenmeli ve sürdürülebilirliği sağlanmalıdır. Etkinlikte Türkiye’nin farklı şehirlerindeki keşkek pişirme ve sunma şekilleri belirlenmeli ve Türkiye’nin en lezzetli keşkek yarışması düzenlenmelidir. Yine aynı etkinlikte en fazla keşkeği pişirerek dünya rekor denemesi gerçekleştirilmelidir.
- Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi, Meslek Yüksekokulları ve Afyonkarahisar’da bulunan turizm liselerinde yöresel mutfak dersleri bulunmalı ve öğrenciler yöresel yemekleri uygulamalı olarak öğrenmelidir.
- Üniversitede yerel halka yönelik gastronomi ve hijyen eğitimleri verilmeli, yerel halk gastronomi konusunda bilinçlendirilmeli, özellikle kadınlara ve engellilere yönelik düzenlenen eğitimlerle, iş hayatına gastronomi ile adım atmaları sağlanmalıdır.
- Afyonkarahisar’da gastronomi alanında sosyal duyarlılık proje örnekleri yetersizdir. Çölyak hastaları için “Glutensiz mutfak” kursu gibi etkinlikler düzenlenmeli ve glutensiz ürün üretimi konusunda insanlar bilinçlendirilmelidir.
- Gaziantep ile gastronomi alanında işbirliğine gidilmelidir. “Gaziler Diyarından Zafer Diyarına” isimli bir proje ile ortaklıklar başlatılmalıdır. Gaziantep’in pazarlama stratejisi ile ilgili bilgiler edinilerek Afyonkarahisar’a uyarlanmalı ya da yeni pazarlama stratejileri geliştirilmelidir.
- Afyonkarahisar’daki yöresel yemek ve tatlılar, yöresel gıda ürünleri, restoranlar, yerel pazarlar ve otel işletmeleri hakkında bilgiler yer alan; neyi, nasıl, nerede, ne zaman yeneceğine ve içileceğine dair bir “Gastronomi Rehberi” hazırlanmalı ve ziyaretçilere bu rehberler ücretsiz dağıtılmalıdır. Ayrıca Afyonkarahisar’da gastronomi turizmine yönelik web siteleri oluşturulmalı ve gastronomi rotalarına yer verilmelidir.

- Afyonkarahisar’da tek bir ürün satan yöresel işletmeler desteklenmelidir. Örneğin, yol üzerinde açılacak bir keşkek dükkânı, sadece eski yöntemlerle keşkek hazırlamalı ve yöresel şekilde ziyaretçilere sunulmalıdır.
- Afyonkarahisar’da ekmek kadayıfı üreten firma sayısı oldukça az olmakla birlikte, genellikle ekmek kadayıfı İstanbul’daki fabrikalardan satın alınmaktadır. Bunun yerine, Afyonkarahisar’da ekmek kadayıfı üretimi yapan tesislerin açılmasına destek verilmeli ve ülkemizin her şehrine pazarlaması sağlanmalıdır.
- Yiyeceğin sunumunda kullanılan araç gereçler önemli bir görsel unsur olmaktadır. Afyonkarahisar’da mermer sunum tabakları gibi mutfak araç gereçlerinin üretimi, kullanımı ve satışı desteklenmelidir.
- Afyonkarahisar ulusal ve uluslararası tanıtım çabalarını arttırmalı ve entelektüel boyuta taşınmalıdır. Ayrıca katılım gerçekleştirilen organizasyonlarda sunum ve stant zenginliği sağlanmalı, gastronomi temalı tanıtımlar arttırılmalıdır.
- Afyonkarahisar’da lokum ve kahve temalı uluslararası bir şenlik ya da festival planlanarak, her yıl devamlılığı sağlanmalıdır. Böyle bir etkinlikte Türk kahveleri ve lokumları tanıtılmalı, kahve çeşitlerine en çok yakışan lokum çeşitleri belirlenmeli ve şehirlerdeki sunum şekillerindeki farklılıklar tespit edilmelidir. Ayrıca söz konusu etkinlik çalıştay ve panellerle birlikte değerlendirilmeli, kahve ve lokum ile ilgili çalışmalar başlatılmalıdır. Gaziantep’e özgü menengiç kahvesi için en uygun lokum belirlenerek, Gaziantep ve Afyonkarahisar illerinde bu iki gıda ürününün birlikte kullanılması desteklenmelidir. Gaziantep, Türkiye’nin dünyadaki gıda elçisi olduğu için lokum tanıtımına da yer vermesi gerektiği düşünülmektedir.
- Afyonkarahisar’da ekşi maya ile üretilen ev ekmeğinin farklı şehirlerde üretimi yapılmalı ve tıpkı Trabzon Vakfıkebir ekmeği gibi satış noktaları oluşturulmalı ve Afyonkarahisar ile özdeşleşmelidir.
- Gastronomi değeri taşıyan ürünlerin tescil ve patent işlemleri yapılmalıdır.

- Gastronomi konusunda uzman kişiler tespit edilerek Afyonkarahisar’da gastronomi sunumunun geliştirilmesi hakkında görüşleri alınmalıdır.
- Afyonkarahisar yemek kültürü hakkında yazılmış kitaplara şehirde bile ulaşım kısıtlı olmakla birlikte, neredeyse sayıları sadece kitap yazarlarında bulunacak kadar olduğu görülmüştür. Mevcut yemek kitapları aşçılık derneklerine ve üniversitelere gönderilmelidir. Ayrıca Afyonkarahisar mutfak kültürü hakkında ilçe ve köyleri de içeren kapsamlı bir yemek kitabı yazılması gerekmektedir.
- Afyonkarahisar gastronomisini ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtmak amacıyla Guinness dünya rekoru denemeleri yapılmalıdır. Örneğin, 3 ton lokum üretilip, 3 metre uzunluğunda lokum makası hazırlanarak Guinness rekor denemesi yapılmalıdır. Benzer bir şekilde, sucuklu yumurta pişirilmesi, tek parça halinde kaymak üretilmesi, en uzun sucuk ve lokum üretilmesi gibi rekor denemeleri gerçekleştirilebilir. Bu anlamda Katılımcı 9’un önerdiği 03.03 tarihli dünya rekoru düşüncesi (s. 148) desteklenmektedir.
- Afyonkarahisar’da düzenlenen “40 Hatimli Şifalı Aşure Geleneği” ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtılmalı, tur operatörleri ve seyahat acenteleri söz konusu etkinlik için paket turlar düzenlemelidir. Ayrıca bu etkinlikte en fazla aşure dağıtımı gerçekleştirilerek Guinness rekor denemesi yapılmalıdır.
- İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’nce gastronomi temalı fotoğraf yarışmaları düzenlenmeli ve dereceye giren fotoğraflar sergilenmelidir.
- İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından Afyonkarahisar yemekleri adlı bir kitapçık hazırlanmalı, yöresel yemek ve tatlıların görselleri ile birlikte tariflerine yer verilmelidir.
- Gastronomi alanında gazete ve dergilerde köşe yazarlığı yapan kişiler, yemek programcıları ve gurmeler, Afyonkarahisar’a davet edilerek yöresel yiyecek ve içecekler sunulmalı ve Afyonkarahisar Mutfağı hakkında yayın yapmaları sağlanmalıdır.
- Afyonkarahisar önemli bir mola noktası olduğu için, Afyonkarahisar Mutfağı’nın tanıtımında bu avantajı kullanmak gereklidir. Afyonkarahisar

için özel tasarlanmış ürünlerin hediyelik eşya olarak satılması desteklenmelidir. Örneğin, mutfak kültürüne (haşhaş, sucuk, yumurta, 40 hatimli aşure geleneği gibi) yönelik hediyelik eşyalar tasarlanmalı ve üretilerek satışa sunulmalıdır. Özellikle bu konuda hediyelik magnetlerden yararlanılabilir. Ayrıca Karahisar Kalesi, Utku Anıtı, Aslantaş ve Afyonkarahisar evlerinin tuz lambası olarak tasarlanması ve satışa sunulması gerekmektedir. Bölgede çıkarılan maden sularının şişelerine benzeyen açacaklar da üretilbilir.

- Afyonkarahisar şehirlerarası terminali tanıtım için önemli bir nokta olup, burada ön plana çıkarılması gereken gıda ürünlerinin sergilenmesi desteklenmelidir.
- Afyonkarahisar’da turistlere kentin tarihi, turistik alanları, gastronomisi gibi konularda bilgilendirme yapacak “Turizm Zabıta Ekibi” oluşturulmalıdır. Ayrıca şehirde turist rehberlerine ihtiyaç bulunmaktadır.
- Afyonkarahisar Belediyesi’ne ait “Turizm Danışma Bürosu” oluşturulmalı ve Uzun Çarşı’ya yakın bir yerde bulunmalıdır. Ayrıca Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’ne ait Turizm Danışma Bürosu eski bulunduğu yere taşınmalıdır.
- Afyonkarahisar’da gastronomi turizmine yönelik akademik çalışmalar arttırılmalı, turist ve yerel halkın bu konudaki düşünceleri de belirlenmelidir. Ayrıca Gaziantep ve Afyonkarahisar illerine ziyarete gelen turistler de kıyaslanarak iki şehir hakkındaki düşünceleri belirlenmelidir.
- Afyonkarahisar ile gastronomi sunumu geliştirilmek istenen benzer özellikteki şehirler ile de kıyaslama yapılmasının yol haritasını farklı bakış açılarıyla değerlendirmede faydalı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akgöl, Y. (2012). *Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Aksoy, M. ve Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3 (3), 79-87.
- Altınel, H. (2009). *Gastronomide Menü Yönetimi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. (8. Baskı). Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Anonim, (2017a). *Degüstasyon*, 15.02.2017, <http://www.nasilolunur.net/degustator-nasil-olunur.html>
- Anonim. (2017b). *İmam Çağdaş*, 19.03.2017, <http://www.imamcagdas.com/asri-asan-bir-oyku/>
- Anonim. (2017c). *Aşçı Bacaksız*, 21.04.2017, <http://www.hurriyet.com.tr/kaymakli-afyonkarahisar-6978043>
- Anonim. (2017d). *İkbal Gıda*, 21.04.2017, <http://ikbalgida.com/kurumsal/tarihce/>
- Anonim. (2017e). *Numan Usta*, 21.04.2017, <http://www.numanusta.com.tr/hakkimizda.php>
- Anonim. (2017f), *Şehitoğlu*, 21.04.2017, http://www.sehitoglukonagi.com/restaurantimizin_ozellikleri.html
- Anonim. (2017g). *Mihrioğlu*, 21.04.2017, <http://www.mihrioglukonagi.com/tarihce.asp>
- Aslan, H. (2010). *Gastronomi Turizminin Turizm Eğitimi Programlarındaki Yeri ve Önemi-Bir Uygulama*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Aydın, E. (2015). *Gastronomi Turizminin Şehir Markalaşmasına Etkisi: Afyonkarahisar İli Örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.

- Bağırın Özşeker, D. (2016). Gastronomi Kavramı: Tanımı ve Gelişimi. H. Kurgun ve D. Bağırın Özşeker, (Ed.), *Gastronomi ve Turizm içinde* (3-24). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2005). *Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Baysal, A. ve Küçükaslan, N. (2007). *Beslenme İlkeleri ve Menü Planlaması*. 2. Baskı. Bursa: Ekin Kitabevi.
- Baytok, A., Emren, A., Gürel, N., Dalkıranoglu, A., Güney, H. ve Töre, H. (2001) *Afyonkarahisar Mutfağı*. Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi.
- Baytok, A., Pekyaman, A., Yılmaz, H., Başat Töre, H., Emren, A., Çelik, T., Çelik E., Kara, A. M., Gürel, N. ve Uyan, M. (2013). *Afyonkarahisar Yemek Kültürü*. Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi.
- Bessiere, J. (1998). Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. *European Society for Rural Sociology Sociologia Ruralis*. 38 (1). 21-34.
- Beşirli, H. (2010). Yemek, Kültür ve Kimlik. <http://www.millifolklor.com>.
- Beşirli, H. (2012). *Yemek Sosyolojisi Yiyeceklerle ve Mutfağa Sosyolojik Bakış*. Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Celasun M., vd., (2000), Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Küreselleşme Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Devlet Planlama Teşkilatı (<http://ekutup.dpt.gov.tr/dunya/oik560.pdf>).
- Ciğirim, N. (2001). *Batı ve Türk Mutfağı'nın Gelişimi, Etkileşimi ve Yiyecek-İçecek Hizmetlerinde Türk Mutfağının Yerine Bir Bakış*, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, Yayın No: 31, Ankara.
- Charters, S. & Menival, D. (2011). Wine Tourism in Champagne. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34, 102-118.
- Correia, A., Moital, M., da Costa C. F. & Peres, R. (2008). The Determinants of Gastronomic Tourists Satisfaction: A Second-Order Factor Analysis, *Journal of Foodservice*, 19, 164-176.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.

- Çelik, S. (2009). *Afyonkarahisar'da Uluslararası Termal Turizm Destinasyonu Oluşturma Potansiyelinin Analizi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.
- Daylar, Ş. (2015). *Otel Mutfak Yöneticilerinin İşgörenlerin Yeterlilik Düzeyi Hakkındaki Algıları: Karşılaştırılmalı Bir Uygulama*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Denizer, D. (2008). Türk Turizminin Gelişmesinde Türk Mutfağının Önemi; ve Bugün İçin Yapılması Gerekenler. *II. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler Bildirileri*, Antalya.
- DPT, (1996). Afyon İli Raporu. Bölgesel Gelişme Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Dilsiz, B. (2010). *Türkiye'de Gastronomi ve Turizm (İstanbul Örneği)*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- 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. ve Can, A. (2012). Gastronomi Turizminin Destinasyon Pazarlamasına Etkisi. *Türk Tarım, Gıda ve Hayvancılık Bakanlığı Dergisi*, 206, 28-33.
- Eren, S. (2007). Türk Mutfağı Ve Haccp Sistemi; Mutfak Profesyonellerinin Haccp Bilgilerinin Ölçülmesi. *I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri*, Antalya.
- Figini, P. & Vici, L. (2012). Off-season Tourists and the Cultural Offer of a Mass Tourism Destination: the Case of Rimini. *Tourism Management*, 33, 825-839.
- Freedman, P. (2008). *Yemek Damak Tadının Tarihi*, (N. Elhüseyni, çev.) İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Gaziantep Belediyesi (2017a). *Gaziantep Tarihi*, 17.01.2017, <https://gantep.bel.tr/sayfa/gaziantep-tarihi-21>
- Gaziantep Belediyesi (2017b). *Gaziantep Coğrafyası*, 17.01.2017, <https://gantep.bel.tr/sayfa/gaziantep-cografyasi-20>
- Gaziantep Belediyesi (2017c). *Haberler*, 17.01.2017, <https://gantep.bel.tr/haberler/1>
- Gaziantep Belediyesi (2017d). *Ar-ge*, 17.01.2017, www.gastroantep.com.tr/arge
- GASMEK, (2017). *Kurumsal*, 17.01.2017, <https://www.gasmek.org.tr/kurumsal.html>

- Gaziantep Valiliği (2016). *Gaziantep 2016*. Gaziantep: GNG Ofset Matbaacılık.
- Gillespie, C. & Cousins, J. A. (2001). *European Gastronomy into the 21st Century*. Butterworth-Heinemann.
- Gökdemir, A. (2009). *Mutfak Hizmetleri Yönetimi*. (3. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Göker, G. (2011). *Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi (Balıkesir İli Örneği)*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Gürsoy, D. (1995). *Yemek ve Yemekçiliğin Evrimi*, İstanbul: Sofra Yemek Üretim ve Hizmet A.Ş.
- Gürsoy, D. (2013). *Yiyelim, İçelim, Tarihini Bilelim-Dünden Bugüne Gastronomi*, İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Güzel, G. (2009). Gastronomi ve İnovasyon. *İz Atılım Üniversitesi Dergisi*, (8), 28-29.
- Hall, C. M. & Mitchell, R. (2000). We Are What We Eat: Food, Tourism and Globalization. *Tourism, Culture and Communication*, 2, 29-37.
- Hall, M. C., Sharples, L., Mitchell R., Macionis, N., Cambourne B. (2003). *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*. Burlington: Elseiver Ltd.
- Harrington, R. J. & Ottenbacher, M. C. (2010). Culinary Tourism-A Case Study of the Gastronomic Capital. *Journal of Culinary Science and Technology*, 8, 14-32.
- Hatipoğlu, A. (2010). *İnançların Gastronomi Üzerine Etkileri: Bodrum'daki Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Yöneticilerinin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Hatipoğlu, A. (2014). *Osmanlı Saray Mutfağı'nın Gastronomi Turizmi Çerçevesinde İncelenmesi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Hegarty, J. A. & O'Mahony, G. B. (2001). Gastronomy: A Phenomenon of Cultural Expressionism and an Aesthetic for Living. *Hospitality Management*, 20, 3-13.

- Hegarty, J. A. & Antun, J. M. (2007). Celebrate Culinary Science and Gastronomic Knowledge. *Journal of Culinary Science and Technology*, 5 (4), 1-7.
- Hegarty, J. A. & Antun, J. M. (2010). Is the Chemical Chef Dividing Culinary Arts and Gastronomy? *Journal of Culinary Science and Technology*, 8, 73-76.
- İKA, (2017). *Demografik Göstergeler*, 17.03.2017, <http://www.ika.org.tr/Demografik-Gostergeler-icerik-58.html>
- Karasar, N. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: “Kavramlar, İlkeler, Teknikler”*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Karim, S. A. (2006). *Culinary Tourism as A Destination Attraction: An Empirical Examination of The Destination’s Food Image and Information Sources*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Oklahoma State University, Oklahoma.
- Karim, S. A. & Chi, C. G.-Q. (2010). Culinary Tourism as a Destination Attraction: An Empirical Examination of Destinations’ Food Image. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 531-555.
- Kemer, A. K. (2011). *Otellerde Çalışan Mutfak Personelinin ve Aşçılık Alanında Yüksek Öğrenim Gören Öğrencilerin Moleküler Gastronomi Konusundaki Bilgi ve Görüşleri*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Kervankıran, İ. (2011). *Afyonkarahisar İlinin Başlıca Doğal, Tarihi ve Kültürel Kaynaklarının Sürdürülebilir Turizm Açısından Değerlendirilmesi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.
- Kılıç, N. (2010). *Türk Mutfağının Ege-Akdeniz Karakteri Kültürel ve Turistik Açidan İncelenmesi: Ayvalık Örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kültür ve Turizm Bakanlığı Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Kırım, A. (2009). *Hayatın Tarifî Kitabı, Hürriyet’teki Yemek Yazılarım 2.Kitap: Şefler, Geziler, Teknikler, Gözlemler*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Kızıllırmak, İ. ve Albayrak A. (2013). İnovasyon Örneği Olarak Moleküler Mutfağın İstanbul’daki Restoran İşletmelerinde Uygulanmasına Yönelik Bir Araştırma. *14. Ulusal Turizm Kongresi*, 5-8 Aralık 2013, Kayseri.
- Kivela, J. & Crofts, J. C. (2005). Gastronomy Tourism: A Meaningful Travel Market. *Journal of Culinary Science and Technology*, 4 (2), 29- 55.

- 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 (3), 354-377.
- 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.
- Küçükaltan, G. (2009). Küreselleşme Sürecinde Gastronomide Yöresel Tatların Turistlerin Destinasyon Tercihlerine ve Ülke Ekonomilerine Etkileri. *III. Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri*, Antalya.
- Long, L. M. (2003). *Culinary Tourism*. Lexington: University Press Of Kentucky.
- Mak, A. H. N., Lumbers, M., Eves, A. & Chang, R. C. Y. (2012). Factors Influencing Tourist Food Consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 31 (3), 928-936.
- Mil, B. (2009). Yemek Pişirmeden Gastronomiye Uzanan Bakış Açısıyla Küreselleşen Yemek. *III. Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri*, Antalya.
- Mitchell, R. & Hall, C. M. (2003). Consuming Tourists: Food Tourism Consumer Behaviour. Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. ve Cambourne, B. (Eds.), *Food Tourism Around The World: Development, Management and Markets*. (60-80). Burlington: Elseiver Ltd.
- MUSEM, (2017). *Kurumsal*, 18.02.2017, <http://www.gaziantepmusem.com.tr/kurumsal.php?id=6>
- Mülayim, M. (2014). *Gastronomi ve Turizm*, 19.12.2016, *Apelasyon Dergisi*, (8), <http://www.apelasyon.com/Yazi/2-gastronomi-ve-turizm>
- Nasrattinoğlu, İ. Ü. (1974). *Anamın (Afyonkarahisar) Yemekleri*. Ankara: Ünal Matbaası.
- Okumus, B., Okumus, F. & McKercher, B. (2007). Incorporating Local and International Cuisines in the Marketing of Tourism Destinations: the Cases of Hong Kong And Turkey. *Tourism Management*, 28. 253-261.
- Opaschowski, H. W. (2001). *Tourismus Im 21. Jahrhundert, Das Gekaufte Paradies*. Hamburg: B.A.T. Freizeit-ForschungsinstitutGmbH.

- Oxford İleri Düzeyde Öğrenici Sözlüğü, (2016). <https://en.oxforddictionaries.com/definition/gastronomist> gastronomist (Erişim Tarihi: 18.12.2016).
- Öney, Tan, A. (2014). *Güneşin ve Ateşin Tadı*. (2. Baskı), İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık.
- Örs, A. (2009). *Kolesterol İlacı İşini Yapsın, Ben Yemeğimi Yiyeyim*, 19.12.2016, <https://m.milliyet.com.tr/amp/-kolesterol-ilaci-isini-yapsin--ben-yemegimi-yiyeyim-/cumartesi/haberdetay/>
- Örs, A. (2017). *Gurme Olma Rehberi*, 13.02.2017, <https://m.gazetevatan.com/amp/ahmet-ors-1032948-yazar-yazisi-gurme-olma-rehberi/>
- Özdemir, B. ve Çalışkan, O. (2011). Otel Dışı Yemek Deneyimi. İ. Pınar, O. İçöz ve O. Çulha, (Ed.), *Uluslararası Turizm İşletmeciliği* içinde (475-496). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Özdoğan, O. N. (2016). Moleküler Gastronomi. O. N. Özdoğan (Ed.). Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler Kavramlar, Yaklaşımlar ve Başarı Hikayeleri (2.Baskı) içinde (201-213). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Öztan, T. T. (2014). *Bir Lezzet Cenneti Gurme Kent Gaziantep Mutfağı*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Pekyaman, A. (2008). *Turistik Satın Alma Davranışında Destinasyon İmajının Rolü Afyonkarahisar Bölgesinde Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.
- Richards, G. (2002). *Gastronomy: An Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption Tourism and Gastronomy*. London: Routledge.
- Rimmington, M. & Yüksel, A. (1998). Tourist Satisfaction and Food Service Experience: Results and Implications of an Empirical Investigation. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 9, 37-57.
- Sandıkcı, M. ve Çelik, S. (2009). Füzyon Mutfak Uygulamaları ve Misafir Memnuniyeti Açısından Önemi. III. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri*, Antalya.
- Santich, B. (2004). The Study of Gastronomy and its Relevance to Hospitality Education and Training. *International Journal of Hospitality Management*, 23 (1), 15-24.

- Shenoy, S. S. (2005). *Food Tourism and the Culinary Tourist*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Graduate School of Clemson University, South Carolina.
- Şahin, E. (2015). *Bir Destinasyon Unsuru Olarak Yerel Gastronominin Marka Şehir Pazarlamasında Etkileri: Gaziantep Örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep.
- TDK, (2016a). *Güncel Türkçe Sözlük*, 15.12.2016, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5921cfb1313842.26290160
- TDK, (2016b). *Güncel Türkçe Sözlük*, 18.12.20016, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5921d155c2eec7.03310390
- TDK, (2016c). *Güncel Türkçe Sözlük*, 18.12.2016, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5921d13795d926.90534756
- TDK, (2016d). *Güncel Türkçe Sözlük*, 18.12.2016, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5921d27e2b8ff0.41209049
- Tellstron, R., Gustafsson, I. & Mossberg, L. (2005). Local Food Cultures in the Swedish Rural Economy, *Sociology Ruralis*, 45, (4), 346-359.
- Tokuz, G. (2002). *Gaziantep ve Kilis Mutfak Kültürü*. Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi Basımevi.
- TÜİK, (2017a). *Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) Veri Tabanı*, 26.01.2017, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1059
- TÜİK, (2017b). *Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) Veri Tabanı*, 21.02.2017, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1059
- Türkoğlu, H. ve Akoğlu Kozak, M. (2015). Türk Mutfağının Gelişiminde Gurmelerin Rollerine Yönelik Algılamalar, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26 (2), 207-220.
- UNESCO, (2017a). *Yaratıcı Şehir Hakkında*, 24.02.2017, http://www.unesco.org.tr/dokumanlar/yaratıcı_sehirler/yshakkında.pdf
- UNESCO, (2017b). *Yaratıcı Şehirler Misyon*, 24.02.2017, http://www.unesco.org.tr/dokumanlar/yaratıcı_sehirler/ysmisyon.pdf

- UNESCO, (2017c). *Yaratıcı Şehirler*, 24.02.2017, http://www.unesco.org.tr/dokumanlar/yaratıcı_sehirler/sehir.pdf
- UNESCO, (2017d). *Yaratıcı Şehir*, 24.02.2017, <http://www.unesco.org.tr/dokumanlar/duyurular/yssunum.pdf>
- UNESCO, (2017e). *Yaratıcı Şehir Hakkında*, 24.02.2017, http://www.unesco.org.tr/dokumanlar/yaratıcı_sehirler/yshakkinda.pdf
- Uyan, M. (2004). *Afyon'da Ulaşım, Haberleşme ve Turizm*. M. Uyan, İ. Yüksel ve N. Avşar (Ed.), Afyon'un Kilidi Afyon içinde (447-486). Afyonkarahisar: Afyonkarahisar Valiliği.
- Ünsal, A. T. (2002). *Ayıntab'tan Gaziantep'e Yeme İçme*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Üner, E. H. (2014). *Her Şey Dahil Sistemde Türkiye Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atılım Üniversitesi, Ankara.
- Van Der Linden, E., McClements, D. J. & Ubbink, J. (2008). Molecular Gastronomy: A Food Fad or an Interface for Science-based Cooking?. *Food Biophysics*, 3, 246-254.
- Yenice, A. (2014). *Gastronomi ve Turizm*, 27.12.2016, <http://lokantacilarvepastacilar.org.tr/gastronomi-ve-turizm.html>
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (10. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, E. Ö. (2016). Turistik Ürün Olarak Gastronomi. H. Kurgun ve D. Bağırın Özşeker, (Ed.), *Gastronomi ve Turizm* içinde (3-24). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yılmaz, G. (2015). *Turizm Destinasyonlarında Restoran Biçimleşmeleri Üzerine Nitel Bir Araştırma: Kapadokya Örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Antalya: Akdeniz Üniversitesi.
- Yılmaz, H. ve Ekincek, S. (2016). Gurmeler ve İletişim. H. Yılmaz, (Ed.), *Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi* içinde (115-138). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yılmaz, H. ve Şenel, P. (2016). Kitle İletişiminde Gastronomi. H. Yılmaz, (Ed.), *Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi* içinde (43-59). Ankara: Detay Yayıncılık.

- Yüksel, İ. (2004). *Afyon Tarihi*. M. Uyan, İ. Yüksel ve N. Avşar (Ed.), *Afyon'un Kilidi Afyon içinde* (45-61). Afyonkarahisar: Afyonkarahisar Valiliği.
- Yüksel, A. & Yüksel, F. (2001). Comparative Performance Analysis: Tourists's Perceptions Relative to Other Destinations. *Journal of Vacation Marketing*, 7 (4), 333-357.
- Yüncü, H. (2010). Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası. *10. Aybastı-Kabataş Kurultayı* .
- Zağralı, E. (2014). *Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Mutfak Turizmi (İzmir Yarımadası Örneği)*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir Katip Çelebi, İzmir.
- Zengin, B. ve Erkol G. (2013). Destinasyon Kıyaslaması Kapsamında Sakarya ve Bolu'nun Karşılaştırılması. *XII. Geleneksel Turizm Paneli*, 17 Nisan 2013.

EKLER

EK 1: Görüşme İstek Mektubu

Sayın Yetkili,

Bu mektubun konusu, yürütmekte olduğum yüksek lisans tezine ilişkin akademik çalışmamda görüşlerinizden yararlanma düşüncesidir. Bu çalışma Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nın yüksek lisans programına ilişkin öngördüğü bir çalışma olarak hazırlanmaktadır.

Yrd. Doç. Dr. Sayın Sabri ÇELİK'in rehberlik ettiği bu çalışma "Afyonkarahisar'da gastronomi sunumunun geliştirilmesi" konusuna yöneliktir. Bu çalışma ile sizin gibi turizm paydaşlarının görüşlerini değerlendirmek amaçlanmaktadır.

Bu çerçevede size uygun yer ve zamanda yaklaşık bir saat sürebilecek bir görüşme talep etmekteyim. Görüşme sürecinde konuya ilişkin hazırlanmış sorular sorulacaktır. Görüşme içerisinde aktardığınız bilgiler akademik amaç dışında herhangi bir amaçla kullanılmayacaktır.

Cevabınızı beklemekle birlikte göstereceğiniz ilgi ve sağlayacağınız katkılara şimdiden teşekkür ederim.

Saygılarımla,

Hülya GÖKGÖZ

Afyon Kocatepe Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Turizm İşletmeciliği Yüksek Lisans Öğrencisi

hulyagkgz@yahoo.com

EK 2: Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu

Bu görüşme “Afyonkarahisar’da gastronomi sunumunu geliştirmek için çözüm önerileri üretmek” amacıyla hazırlanmakta olan yüksek lisans tez çalışması çerçevesinde yapılmaktadır. Bu bağlamda aşağıda size yöneltilen soruları; görüşlerinizi, deneyimlerinizi örneklerle anlatarak cevaplandırmanızı rica ediyoruz. Bütün cevaplar gizli tutulacaktır. Mülakata katılarak sağladığınız katkıdan dolayı teşekkür ederiz.

Araştırmacı;

Danışman;

Hülya GÖKGÖZ
Afyon Kocatepe Üniversitesi
SBE Turizm İşletmeciliği Yüksek Lisans Öğrencisi

Yrd. Doç. Dr. Sabri ÇELİK
Afyon Kocatepe Üniversitesi
Turizm Fakültesi

1) İlk olarak kendinizi tanıtır mısınız?

Yaş :..... Sektördeki Çalışma Süresi:.....
Eğitim Durumu :..... Afyonkarahisar’daki
Meslek :..... Çalışma Süresi:.....

2) Afyonkarahisar’ı daha önce duymamış ve ziyaret etmemiş bir kişiye nasıl tarif edersiniz?

3) Afyonkarahisar’ın sahip olduğu değerleri turizm sektörü dâhilinde nasıl değerlendirirsiniz?

3a) Afyonkarahisar, turizm sektöründe hangi özellikleri ile ön plana çıkmaktadır?

3b) Afyonkarahisar’ın sahip olduğu alternatif turizm türleri hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?

3c) Size göre Afyonkarahisar’da hangi alternatif turizm türü ön plana çıkarılmalıdır?

4) Afyonkarahisar’a gelen turistlerin profilini nasıl tanımlarsınız?

4a) Bilgi kaynakları nelerdir?

4b) Geliş amaçları nelerdir?

4c) Yerli turist mi yoksa yabancı turist mi ağırlıktadır?

4d) En çok hangi illerden yerli turist gelmektedir?

4e) En çok hangi ülkelerden yabancı turist gelmektedir?

4f) Turistler paket tur mu yoksa bireysel mi gelmektedir?

4g) Turistler ne kadar süre konaklamaktadır?

4h) Turistler kentte neler yapmakta, hangi yerleri ziyaret etmektedir?

5) Afyonkarahisar ilinin gastronomi turizmi açısından potansiyelini nasıl değerlendirirsiniz?

5a) Afyonkarahisar deyince insanların aklına hangi gıda ürünü gelmektedir/ gelmelidir?

5b) Yerel halk yerel mutfağa ilgili midir/ mutfak kültürünü devam ettiriyor mu?"

5c) Turistlerin yerel mutfağa karşı ilgilerini nasıl tarif edersiniz?

5d) Afyonkarahisar'da faaliyet gösteren ticari yiyecek içecek işletmelerini gastronomi turizmi kapsamında nasıl değerlendirirsiniz?

5e) Afyonkarahisar'ın önemli bir geçiş güzergâhında bulunmasının gastronomi turizmi açısından avantaj ve dezavantajları nelerdir?

5f) Size göre Afyonkarahisar, gastronomi destinasyonu olarak ele alınabilir mi? Neden?

6) Afyonkarahisar'da alternatif turizm türü olarak gastronomi turizmi geliştirilseydi;

6a) Afyonkarahisar'ın gastronomi markası ne olmalıydı?

6b) Tanıtım broşürlerinde hangi yemekler ön plana çıkarılmalıydı?

7) Afyonkarahisar'da gastronomi turizminin gelişmesi için yapılacaklar nelerdir?

EK 3: Gözlem Formu

Mekan No:

Tarih:

Gözlemin Amacı: Afyonkarahisar ve Gaziantep illerinin gastronomi ile ilgili değerlerini kıyaslamak için, yiyecek içecek ile ilgili mekânlarda gözlem yaparak gastronomi sunumlarını tespit etmek ve kıyaslamak.

Gözlem Soruları

- Afyonkarahisar ve Gaziantep illerindeki yiyecek içecek ile ilgili mekânlarda yöresel mutfak kültürü ile ilgili unsurlara ve yöresel yiyecek içecek sunumuna ne kadar yer verilmektedir?
- Afyonkarahisar ve Gaziantep illerinde yöresel ürün satışında, servisinde ve sergilenmesinde otantiklik hususuna ne kadar önem verilmektedir?

1) İşletmelerin yiyecek içecek menüsü ; Var ☐ Yok ☐

2) Şuan ki müşteri profili; Gençler ☐ Orta Yaş ☐ 65 ve üzeri ☐

3) Mekân otantik dekore edilmiş mi, tarihi alan içerisinde mi yer alıyor?

Evet ☐

Hayır ☐

4) Mekânda yöresel sunum, yöresel araç gereç, yöresel ürün kullanımı veya satışı; Var ☐ Yok ☐

Var ise

5) Tadımı yapılan yiyecek ve içeceğin adı;

6) Tadımı yapılan ürünlerin sunum şekli; Yöresel ☐ Modern ☐

7) Diğer Düşünceler;

.....
.....
.....

EK 4: Deşifre Örneği

Kullanılan Kısaltmalar ve Anlamları

A: Araştırmacı

K6: Katılımcı 6

A: İlk olarak kendinizi tanıtır mısınız?

K6: Yaşım 39. Yardımcı Doçentim. Afyon'da 17 senedir bulunuyorum daha önce, yani stajlar ve okul dönemi dışında zaten sektörde çalışmadım ama 17 yıldır akademisyenlik yapıyorum.

A: Afyonkarahisar'ı daha önce duymamış ve ziyaret etmemiş bir kişiye nasıl tarif edersiniz?

K6: Ben şöyle söylüyorum aslında, Afyon'a ilk gelen öğrencilere de aynı şeyi söylüyorum ya da 1-2 yıl kalmış ama Afyon'da böyle hiçbir şey yok diye yakınan öğrenci arkadaşlara aynı şeyi söylüyorum. Afyonkarahisar aslında nasıl söyleyeyim, kültürel olarak, yemek kültürü açısından da sosyal açıdan da kendini çok göstermeyen bir il aslında. Yani yemek kültürü, Afyonkarahisar mutfağı diye bir kitap yazdık, o zaman çok daha iyi anlaşıldı ama aslında yemek kültürüne sahip bir il. Aynı zamanda hani gerçekten yolların kesiştiği yer olarak, tarihsel açıdan çok önemli olan bir il. Bunun dışında ben eko-turizm çalışıyorum. Mesela eko-turizm olanaklarının da çok yoğun olduğu bir il ama maalesef henüz kendini tanıtmamış, pazarlayamamış bir il. Antep Mutfağı, Hatay Mutfağı, bu tür yerler çok tanınmış, çarşıya çıktığımızda hep bu tür yerlerin mutfağını görüyoruz ama yani Afyon'un da tanıtılması gereken mutfaklardan, kültürlerden birisi olduğunu düşünüyorum. Afyon'un da tanıtılması termal olarak geliyor, termalin yanı sıra toplantı, kongre turizmi olarak da gelişmeler gösterdiğini görüyoruz ama termal turizm olarak gelişme gösteriyor ama aslında hani geceleme sayısı olarak baktığımız zaman aslında çok ta termal olmadığını görüyoruz Afyon'un, daha çok hafta sonu tatili için gelenler ya da günübirlikçi dediğimiz kişiler daha çok kaldığını görebiliyoruz.

İstatistikler bize onu gösteriyor aslında, konaklama süreleri 1,5-2 gün arasında değişiyor.

A: Afyonkarahisar'ın sahip olduğu değerleri turizm sektörü dâhilinde nasıl değerlendirirsiniz? Afyonkarahisar'ın sahip olduğu alternatif turizm çeşitlerini nasıl değerlendirirsiniz?

K6: Afyonkarahisar kültür turizmi açısından çok değerli bir il, ön plana çıkarılabilir, eko-turizm ön plana çıkarılabilir. Zafer haftası etkinlikleri tüm ülkeye yayılabilir. Zaferin kazanıldığı topraklar ama gelen öğrencilerden de hep duyuyorum, daha önce yoğun olarak bilmiyorlar. Kocatepe diye Özdilek alışveriş merkezinin arkasındaki anıtı biliyorlar, Kocatepe'yi bilmiyorlar ya da Karahisar Kalesi ile karıştırıyorlar genellikle, aslında bilmiyorlar. Mermeri, sucuğu, lokumu o da yol güzergâhında olduğu için tanınmıyor. Bence doğal ve tarihi güzellikleri ile tanınmıyor.

A: Size göre Afyonkarahisar'da hangi alternatif turizm çeşitleri ön plana çıkarılmalıdır?

K6: Termal turizmle beraber gidebilecek bir turizm türü olarak gastronomi turizmi olabilir. Eko-turizmde geliştirilmeli diyorum ama eko-turizmin müşteri grubu ayrı bir grup o yüzden gastronomi turizmi 12 ay sürdüğü için olabilir. Afyon Mutfağı'nın kesinlikle tanıtılması gerektiğini düşünüyorum.

A: Afyonkarahisar'a gelen turistlerin profilini değerlendirmek gerekirse; bilgi kaynakları nelerdir?

K6: Turistlerin bilgi kaynağı açıkçası acenteler diye düşünüyorum. Bir de arkadaş tavsiyesi de olduğunu düşünüyorum açıkçası.

A: Geliş amaçları nelerdir?

K6: Geliş amaçları öncelikle dinlenmek, bunu da termalle sağlıyorlar, bir farklılık yapmak istiyorlar, termal turizmi merak edip geliyorlar, toplantı, iş amaçlı gelen misafir de çok. Bende müşterilere yönelik yaptığım ankette iş amaçlı gelenler çok var.

A: Yerli turist mi yabancı turist mi ağırlıktadır?

K6: Yerli turist

A: Yerli turistler en çok hangi illerden gelmektedir?

K6: İstanbul, Ankara gibi büyükşehirlerden gelişler var. Birde termal turizmin çok fazla gelişmediği bölgelerden geliyorlar.

A: Yabancı turistler en çok hangi ülkelerden gelmektedir?

K6: Yabancı turist geldiğini zannetmiyorum. Almanya, Belçika, Hollanda'dan Türk olup yabancı vatandaşlarımız geliyor.

A: Turistler paket tur mu yoksa bireysel mi gelmektedir?

K6: Sanırım bireysel geliş. Paket turla gelenler, gördüğüm kadarıyla genellikle uzak kentlerden Adana, Gaziantep, Mersin gibi, o bölgelerden gelenler paket turla geliyorlar. Yakın civardan gelen bireysel geliyor.

A: Turistler ne kadar süre konaklamaktadır?

K6: Daha önce yaptığım çalışmalarda ve bunu söylüyorlar da zaten. Genellikle bir turistin ortalama geceleme süresi 1,5-2 gün arası olarak tespit edildi.

A: Turistler kentte neler yapmakta, hangi yerleri ziyaret etmektedir?

K6: Herhangi bir yeri gezdiklerini düşünmüyorum, tarihi olarak değil ama alışveriş merkezlerini gezdiklerini düşünüyorum daha çok.

A: Afyonkarahisar ilinin gastronomi turizmi açısından potansiyelini nasıl değerlendirirsiniz?

K6: Gastronomi turizmi açısından eski tarihi yapılarda, konaklarda yerel ürünler sunulduğunu biliyoruz ama bunu dışarıdan gelenlere sunulup sunulmadığını bilmiyoruz. Buralara genellikle Afyon'un yerel halkı gidiyor, hafta sonları buraya gelen insanlar genellikle Afyon'un kendi halkıdır. Afyon yemeklerinin yapıldığı yerler de yok. Keşkek yapan bir iki yer var, onun da belirli bir saati var, buralara giden yine Afyon'un yerel halkıdır. Dışarıdan gelen konluğu götürecek Afyon'un lezzetlerinin tanıtıldığı hiçbir yer yok. Gelen misafirlerimiz için söylüyorum, kebabçılar var, dönerciler var ama Afyon'un gerçek lezzetlerinin sunulduğu bir mekân olduğunu düşünmüyorum. Oteller yöresel yemekleri mutlaka sunmaları

gerekiyor. Çünkü otellerde konaklayan kişiler dışarıdan gelen kişiler hatta özel günler yapmaları gerekiyor. Afyon kahvaltısı gibi, açık büfede özel bir yerde, otantik bir şekilde Afyon lezzetleri sunulması gerekiyor. Açık büfenin karmaşasında kaybolmaması gerekiyor. Gittiğimizde gördüğümüz şey o. Çorba kâseleriyle sanki keşkek aynı yerdeymiş gibi, karmaşa var. Otellerin çabaları başarılı ama çarşıdaki yöresel işletmeler yeterli değil. Erenlerde Afyon ile ilgili bir şey bulunmuyor, tostçu, kebabçı, bistrolar, kafeler var ama Afyon Mutfağı ile ilgili yerler yok. İşletmeler yeterli değil, esnaf lokantasını geçmiyor, iyi yerlerde Afyon Mutfağı'nı sunmuyor. Şuhut'a gittiğinde keşkek yemen gerekiyor, ama keşkek yiyeceğin mekan yok, Pazar günleri belirli saatlerde çıkıyor oradaki lokanta dediğimiz yerde ama onun dışında bulunmuyor.

A: Afyonkarahisar deyince insanların aklına hangi gıda ürünü gelmektedir/ gelmelidir?

K6: O zaten belli. Sucuk, lokum, kaymak, bence sucuk gelmeli.

A: Yerel halk yerel mutfağa ilgili midir? Mutfağına sahip çıkıyor mu?

K6: Çıkıyor, çok güzel çıkıyor. Mesela ramazanda Afyon kebabı yapıyor, genellikle mutfak kültürlerini yaşıyorlar.

A: Turistlerin yerel mutfağa karşı ilgilerini nasıl tarif edersiniz?

K6: Turistlerin bilgisi olmadığı için yöresel yemekleri talep etmiyor ama Afyon'da görülen şey bükme ve ağzı açık gibi hamur işi olarak onlar biliniyor. Yani farklı şeyler, alternatifler olduğunu bilmiyor büyük ihtimalle.

A: Afyonkarahisar'da faaliyet gösteren ticari yiyecek içecek işletmelerini gastronomi turizmi kapsamında nasıl değerlendirirsiniz?

K6: Afyon'u gerçekten tanıtacak işletmeler açılmalı. Esnaf lokantası dediğimiz yerel işletmeler var, bu yerler geliştirilmeli sadece erkek müşterilerin değil, ailelerinde gelebileceği, dışarıdan gelen turistlere hizmet verebilecek yerler olması gerekir.

A: Afyonkarahisar'ın önemli bir geçiş güzergâhında bulunmasının gastronomi turizmi açısından avantaj ve dezavantajları nelerdir?

K6: Bazen avantaj bazen de dezavantaj. Bir şekilde insanlar Afyon'dan geçiyor ve Afyon'u biliyor. Yani Türkiye'de kime sorsanız Afyon nerde diye cevap verir, çünkü

kesin geçmiştir buradan. Bu çok önemli bir avantaj ama geçiş güzergâhı olduğu için konaklama güzergâhı değil, yani şöyle söyleyeyim, Beypazarı'na özellikle gidiyor insanlar ama geçiş güzergâhı değil. Geçerken Beypazarı'ndan geçelim diye bir şey söz konusu olmuyor. Özellikle Safranbolu evlerini görmek için giden insanlar var. Afyon'u özellikle görmek için gelen yok, geçerken biliyor, tanıyor ama Afyon'un tarihsel açıdan ne kadar önemli olduğunu bilmiyor. Afyon kaymağı, sucuğu ve geçerken bir takım gıda ürünleri alabileceğimiz yer olarak biliniyor özellikle buraya gelinecek bir şeyler yapılması gerekiyor. Bir hafta sonu da Afyon'a gidelim denecek bir şeyler yapılmalı.

A: Size göre Afyonkarahisar, gastronomi destinasyonu olarak ele alınabilir mi? Neden?

K6: *Gastronomi destinasyonu olarak ele alınabilir. Sadece yemekleri ile değil, özel araç gereçleriyle, özel törenleriyle, gezekler, nişan/ düğün törenleri bir kültür olarak tanıtılması gerekiyor. Manda sütü gibi, yumurta gibi ürünlerinde tanıtılması gerekir.*

A: Afyonkarahisar'da alternatif turizm türü olarak gastronomi turizmi geliştirilseydi; Afyonkarahisar'ın gastronomi markası ne olmalıydı?

K6: *Sucuk kesin olmalı, et ve et ürünleri, lokum kesin olmalı, kaymak, haşhaş kesin olmalı.*

A: Tanıtım broşürlerinde hangi yemekler ön plana çıkarılmalıydı?

K6: *Keşkek ve Afyon kebabı.*

A: Afyonkarahisar'da gastronomi turizminin gelişmesi için yapılacaklar nelerdir?

K6: *Bütün herkese düşen görev işbirliği içinde çalışması gerekir. Örneğin; üniversite, belediye işbirliğinde yürütülürken halk göz ardı edilmemeli, halkın da istekleri göz önünde bulundurulmalı ama tabii birde halkta bunu istiyor istemiyor diye düşünülmemeli, halk ikna edilmeye çalışılmalı. Çavuşbaşıta halk kazanç noktasında yardımcı olursanız onun da tepki göstereceğini düşünmüyorum, onu da bu işin içerisine dâhil etmek gerekiyor. Her ev için kazanç merkezi olabilir, evin*

bahçesine üç tane masa koyup otantik süsleyip çay satabilir. Evleri tadilat yapıp mimari açıdan zenginleştirmek değil de oradaki kişilere de bu payı vermeliler.

