

Konya İli Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi

Evaluation Of Konya Gastronomy Tourism Potential

Reference: Sormaz, Ü., Madenci, B. A. & Yılmaz, M. (2020). "Konya İli Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi", International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal, (Issn:2630-631X) 6(28): 115-129.

Doç. Dr. Ümit SORMAZ

Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Konya/TÜRKİYE

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7514-1500>

Dr. Öğr. Üyesi A. Büşra MADENCİ

Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Konya/TÜRKİYE

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9987-6771>

Araş. Gör. Mustafa YILMAZ

Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Konya/TÜRKİYE

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4122-0475>

ÖZET

Alternatif bir turizm şekli olarak kabul edilen gastronomi turizmi, turistlere yeni yiyecek-içecek deneyiminin kazandırılmasının yanı sıra seyahat ettikleri yörenin kültürünü ve geçmişi tanıma imkânı da sunmaktadır. Son yıllarda, bir yörenin sahip olduğu yiyecek ve içeceklerin turizm açısından önemini anlaşılması ile gastronomi ve turizm arasındaki bağlantı turist çekiciliği açısından kuvvetlendirilmiştir. Bu çalışma, Konya ilinin gastronomi unsurlarını ön plana çıkarmak, Konya ili için gastronomi turizmini değerlendirmek ve gastronomi turizminin geliştirilmesi için öneriler geliştirmek amacıyla yürütülmüştür. Araştırma kapsamında; verilerin elde edilmesinde nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmıştır. Konya ilinin gastronomi unsurlarının değerlendirilmesi, gastronomi ve gastronomi turizmi potansiyelinin derinlemesine irdelenmesi, ileriye dönük geliştirici ve yaygınlaştırıcı etkilerin tespit edilmesi ve bu yönde gerekli tedbirlerin alınması açısından Konya ili turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde yönetici konumunda çalışanlar, işletme sahipleri ve uzmanlık alanı turizm olan akademisyenler ile görüşme yapılmıştır. Bu kapsamda; görüşülmüş ve araştırmaya katılmaya gönüllü 35 kişi araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Daha önce yapılan benzer çalışmalarda kullanılmış sorular derlenerek yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmış ve kullanılmıştır.

Araştırma sonucunda; Konya ilinin gastronomi şehri olabilecek bir potansiyele sahip olduğu, ancak diğer gastronomi turizmi şehirlerine göre daha çok yolun başında olup yapılacak çok işlerin olduğu ortak kanısına varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Konya Turizmi, Gastronomi, Gastronomi Turizmi, Gastronomi Turizmi Potansiyeli.

ABSTRACT

Gastronomy tourism, which is regarded as an alternative form of tourism, gives new food and beverage experience to tourists. And also it gives them chance to know the culture and history of the region where they had visited. Recently, the link between gastronomy and tourism has been strengthened to attract tourist attraction. But we should understand the importance of food and beverage culture of a region to link between gastronomy and tourism. We performed present research to highlight the elements of gastronomy in Konya and to offer suggestions for the development of gastronomy tourism. We preferred interview technique which is one of the qualitative research methods to obtain data. We had interview with managers, business owners and academicians who are experts in tourism to identify the gastronomic elements of Konya, to elaborate the potential of gastronomy and tourism, to detect the prospective development and proliferation of gastronomy tourism and to take required precautions in this context. The sampling is consisting of 35 people whose specialty is tourism. The respondents in the sample participate voluntarily in the research. We formed a questionnaire consisting of semi-structured interview question items which are gathered from the former researches in the literature. Research findings demonstrate that Konya province has potential to be a gastronomy city but it is on the bottom rung by comparison with others, and researchers and practitioners should put more effort forth to accomplish.

Keywords: Konya Tourism, Gastronomy, Gastronomy Tourism, Gastronomic Tourism Potential.

1. GİRİŞ

Yeme-içme kültürünün bilimsel ve sanatsal açıdan yorumlanması şeklinde tanımlanabilecek gastronomi kavramı (Bucak ve Aracı, 2013:207) sağlıklı, iyi düzenlenmiş ve hoş giden lezzetli bir mutfak düzeni şeklinde ifade edilmektedir (Hatipoğlu, 2014:10). Turist çekiciliği açısından bir yöredeki yiyecek ve içeceklerin önemini anlaşılması gastronomi ve turizm arasındaki bağlantıyı da kuvvetlendirmiştir. Gastronomi turizmi, turistlere yeni yiyecek-içecek deneyiminin

kazandırılmasının yanı sıra seyahat ettikleri yörenin kültürünü ve geçmişini tanıma imkanı da sunan alternatif bir turizm şekli olarak kabul edilmektedir (Akbaba ve Kendirci, 2016:115-116). Gastronomi turizminde turistlerin temel seyahat motivasyonunu yeni yiyecek ve içecekleri deneyimlemek oluşturmakta olup ayrıca bu turistler yöresel yemeklerin yapım yöntemlerini gözlemleyerek tarihsel süreçleri ile ilgili bilgiler edinmekte, yöresel yemekler ile ilgili festival, yemek turları ve gıda fuarları gibi aktiviteler ile çeşitli kırsal etkinliklere katılmaktadır. Bölge kalkınmasında ve yörenin gastronomik unsurlarının sürdürülebilirliği üzerinde gastronomi turizmi önemli etkilere sahip olmaktadır.

Anadolu toprakları binlerce yıl süren bir sürecin ardından pek çok farklı medeniyetin izlerini taşımakta olup bu durum zengin bir gastronomi kültürünün oluşmasını sağlamıştır. Destinasyonların gastronomik kültürleri ve zenginlikleri destinasyon odaklı turizm pazarlamasının ön plana çıktığı son yıllarda oldukça önemli olmaktadır. Turistlerin %88.2'sinin destinasyon tercihlerinde yemeğe çok önem verdiği belirtilmektedir olup (TURSAB, 2014) bu durum gastronominin turizm açısından önemini açıkça göstermektedir. Bu çalışma ile hem tarihsel süreçte hem de Türk mutfak kültüründe oldukça önemli bir yeri bulunan Konya'nın gastronomi turizmi açısından potansiyelinin değerlendirilmesi ve gastronomi turizminin Konya'ya olası etkilerinin incelenmesi amaçlanmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Gastronomi Turizmi

Gastronomi; kültür, tarih, yetenek ve tecrübe ile ilişkilendirilmiş yeme-içme kurallarının bir bütünü olarak kabul edilmekle birlikte (Aksoy, 2014) literatürde farklı tanımlamalara da yer verilmiştir (Correia vd., 2008; Üner, 2014; Deveci vd., 2013; Akgöl, 2012). Gastronomi bir yöreyi diğerlerinden daha çekici kılmak açısından oldukça etkili unsurlardan biridir. Son yıllarda bir turizm destinasyonunun pazarlanmasında önemli hususlardan biri de destinasyonun gastronomik değerleridir (Kaşlı, vd., 2015: 31). Gastronomi bir destinasyonun tercih edilebilirliğini arttırdığı gibi aynı zamanda turizm geliri üzerinde de etkili olmaktadır. Turistlerin yaşadığı deneyim üzerinde bölgeye ait yöresel yemeklerin oldukça büyük bir payı bulunmakta olup yöresel yemeklerin turistlerin destinasyonu tekrar ziyaret etme nedenleri arasında yer aldığı belirtilmektedir (Küçükkömürler vd., 2018). Bir destinasyonu ziyaret eden turistlerin yeme-içme ihtiyaçlarını yöresel yemekleri deneyimleyerek giderme istekleri zamanla turizm ve gastronomi arasında önemli bir ilişkinin oluşmasını sağlamıştır.

Gastronomi turizmi yerel kültürün önemli bir parçası olmanın yanı sıra bir bölgenin turizm tanıtımında oldukça önemli bir araç olarak görülmektedir. Ayrıca bölgedeki tarım ve ekonomik gelişmenin bir parçası olarak da önemli bulunmakta olup yöresel kalkınmayı desteklemektedir (Hall vd., 2013). Sürdürülebilir turizm açısından önemli alternatif turizm çeşitlerinden biri olan gastronomi turizminin kültür turizmi içerisinde bir ilgi turizmi çeşidi olduğu belirtilmektedir (Bekar ve Kılınç, 2014:19). Gastronomi turizminin canlandırılması ile bir şehrin markalaşması arasında büyük bir ilişki söz konusudur (Güzel Şahin ve Ünver, 2015:65).

Temelde yeni yiyecek ve içecek deneyimleme ile ilişkilendirilen gastronomi turizmi kavramı, turizmin yanı sıra tarım ve kültür ile de yakından ilişkilidir. Bu açıdan bakıldığında gastronomi turizminde temel hedef özel bir ürünü deneyimlemek olup bu turizm şekli turistlere restoranlarda sunulan yiyecek-içecek hizmetleri dışında özel bir yiyeceğin yapımının gösterilmesini ya da bir ürünün üretildiği alanlara yapılan ziyaretler, yöresel yemek festivalleri, yemek yarışmaları, gastronomi müzeleri, şehir tanıtım etkinlikleri gibi faaliyetleri de kapsamaktadır (Özdemir ve Dülger Altınar, 2019:10). UNWTO'nun gastronomi turizmini bir destinasyonda yeme-içme ile ilişkili rekreasyonel deneyimsel aktiviteler şeklinde tanımladığı bildirilmektedir (Akyürek ve Zeybek, 2018:872). Gastronomi turizmi beraberinde gastro turist kavramını da getirmiş olup bu turistlerin gastronomik deneyimler için seyahat eden, maddi imkanları ve boş zamanları fazla olan kişiler oldukları belirtilmektedir (Hatipoğlu, 2010).

Türkiye hem turizm çekicilikleri ile hem de köklü ve zengin yemek kültürü ile gastronomi turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olmakla birlikte sahil turizminin gölgesinde kalan gastronomi turizminin geliştirilmesi için pek çok farklı çalışma gerçekleştirilmesi gerekliliği vurgulanmaktadır (Bucak ve Aracı, 2013:207). Gastronomi turizmindeki hareketliliğin artırılması ülke turizminin belirli bir döneme bağlı kalmasının önüne geçilmesi açısından önemlidir.

Türk mutfağı dünyanın en köklü mutfaklarından biri olarak kabul edilmektedir. Pek çok farklı şehir gastronomik zenginlikleri ile öne çıkmakta olup Konya bu açıdan dikkat çeken şehirlerden biridir. Selçuklu devletine başkentlik yapmış olan Konya ayrıca Mevlevi kültürüne de ev sahipliği yapmış tarihi açıdan önemli bir şehirdir. Mutfak kültürü çeşitli tarihi süreçler ile şekillenmiş olan Konya, gastronomi turizmi açısından oldukça büyük bir potansiyele sahiptir.

2.2. Konya Mutfağı ve Gastronomik Unsurları

Konya, tarihinde çeşitli uygarlıklar yer almakta olup bu tarihinin getirdiği pek çok kültürel kaynağa sahiptir. Türkiye'nin yüz ölçümü bakımından ne büyük ili olan Konya İç Anadolu Bölgesinin merkezinde yer almaktadır. Konya'nın M.Ö. 7000'li yıllardan bu yana yerleşim yeri olduğu bilinmektedir. Tarihi süreçte Hititliler, Lidyalılar, Persler, Roma ve Bizans İmparatorlukları Konya topraklarında yaşamış medeniyetlerden bir kaçıdır. Konya il sınırları içerisinde yer alan Çatalhöyük Dünya üzerinde yemek kültürünün ilk oluştuğu yer olarak kabul edilmekte olup, ayrıca yerleşik hayata geçilip tarımın yapılmaya başlandığı ilk yerin de burası olduğu bildirilmektedir. Konya tarih ve kültürünün oluşmasını Selçuklu Devleti döneminde başkentlik yapmış olmasının çok büyük etkileri bulunmaktadır (Özönder, 2005).

Konya şehri, sahip olduğu tarihi, doğal ve kültürel zenginlikleri ile alternatif turizm çeşitleri açısından önemli illerden biridir. Konya mutfak kültürü Orta Asya'dan Selçuklu Saraylarına uzanan derin bir tarihin izlerini günümüze taşımaktadır. Mevlana Celaleddin Rumi'nin kabrinin Konya'da bulunması burayı önemli bir inanç turizmi merkezi haline getirmiştir. Aynı zamanda Mevlevilik kültürü barındırdığı "Mevlevi Mutfağı" ile gastronomi turizmi açısından da Konya'ya değer kazandırmaktadır. Mevleviliğin büyük aşçısı Ateşbaz-ı Veli 13 yy'da Konya'da yaşamış olup günümüzde Konya'da adı yaşatılan önemli şahsiyetler arasında yer almaktadır. Ateşbaz-ı Veli Konya'nın gastronomi turizminde oldukça önemli sembollerden biridir. Yerel yönetimlerce "Ateşbaz-ı Veli Aşçı Dede Mutfak Kültürü Günleri" adı altında gerçekleştirilen etkinlikler Konya'da gastronomi turizmini canlanmasına katkı sağlamaktadır. Mevlana'nın vefat günü olan ve Allah'a kavuşmasını temsilen "Düğün Gecesi" olarak nitelendirilen 17 Aralık'ta her yıl Şeb-i Arus tören ve etkinlikleri gerçekleştirilmektedir (Batu, 2016). Konya'da Şeb-i Arus etkinlikleri bir günle sınırlı kalmamakta, bir haftaya yayılan bir süreçte pek çok yerli ve yabancı turist Konya'yı ziyaret etmektedir. Bu etkinlikler Konya'da gastronomi turizminin canlandırılması bakımından önemlidir.

Turizminin geliştirilmesi açısından önem arz eden etkenlerden biri de coğrafi işaretli ürünler olup Konya coğrafi işaret almış çeşitli gastronomik ürünlere sahiptir. Coğrafi işaret yöresel ürünlerin kendilerine has özelliklerinin korunmasını ve bunların varlıklarının devam ettirilmesi için kullanılan bir araçtır (Aksoy ve Sezgi, 2015). Konya'ya ait gastronomik açıdan önemli coğrafi işaretli ürünlerden bazıları "Akşehir Kirazı", "Konya Düğün Pilavı", "Konya Etliemek", "Konya Peynir Şekeri" ve "Kadınhanı Tahinli Pidesi"dir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2019). Yöresel ürünler gastronomi turlarının ana çekiciliklerinden olup bölgeye ait coğrafi işaretli ürünlerin mevcudiyeti bu etkinliklere olan ilgiyi de arttırabilmektedir.

3. MATERYAL ve YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli

Son yıllarda, ekonomik, sosyolojik ve kültürel açıdan etkileri değerlendirildiğinde gastronomi turizmi önemli bir turizm çeşidi olarak karşımıza çıktığı görülmektedir. Gastronomik unsurlar, turistlerin seyahat deneyimlerinin önemli bir kısmını oluşturmakta ve destinasyonlarda çekicilik unsuru oluşturması bakımından etkili bir pazarlama aracı olarak görülmektedir (Güzel Şahin ve

Ünver, 2015). Araştırma; Konya ilinin gastronomi unsurlarını ön plana çıkarmak, Konya ili için gastronomi turizmini değerlendirmek ve gastronomi turizminin geliştirilmesi için öneriler geliştirmek amacıyla yürütülmüştür. Bu amaçla araştırmada; araştırma problemine temel oluşturacak kavramsal çerçevenin verilmesi, araştırma problemine uygun bir araştırma deseni oluşturulması ve araştırma problemini açıklayan sonuçların, okuyuculara tutarlı ve anlaşılır bir şekilde sunulması esas olan nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 83).

Araştırma kapsamında; verilerin elde edilmesinde nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmıştır. Konya ilinin gastronomi unsurlarının değerlendirilmesi, gastronomi ve gastronomi turizmi potansiyelinin derinlemesine irdelenmesi, ileriye dönük geliştirici ve yaygınlaştırıcı etkilerin tespit edilmesi ve bu yönde gerekli tedbirlerin alınması açısından Konya ili turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde yönetici konumunda çalışanlar, işletme sahipleri ve uzmanlık alanı turizm olan akademisyenler ile görüşme yapılmıştır.

3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırma evrenini, Konya ilinde faaliyet gösteren konaklama işletmeleri ile yiyecek içecek işletmeleri çalışanları ile üniversitelerin ilgili alanında görev yapan akademisyenler oluşturmaktadır. Araştırmanın evrenini temsil eden işletmelerin sayısı tablo 1’de verilmiştir (KİKTM, 2020).

Tablo 1. Konya İlinde Faaliyet Gösteren Turizm İşletmeleri Sayısı

İşletme	Sayı
5 Yıldızlı Otel	7
4 Yıldızlı Otel	8
3 Yıldızlı Otel	16
2 Yıldızlı Otel	2
Özel Belgeli Otel	4
Yatırım Belgeli Otel	5
Belediye Belgeli Otel	103
Restoran	14
TOPLAM	159

Araştırmanın örneklemini; kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak araştırmacıların ulaşabildiği Konya il merkezinde faaliyet gösteren ve turizm işletme belgesine sahip konaklama ve yiyecek içecek işletmelerinin yönetici konumunda çalışan ve uzmanlık alanı turizm olan akademisyenlerden araştırmaya katılmaya gönüllü olanlar oluşturmaktadır. Bu kapsamda; işletmelerin yönetici konumunda çalışanlar, işletme sahipleri ve uzmanlık alanı turizm olan akademisyenler ile görüşülmüş ve araştırmaya katılmaya gönüllü 35 kişi araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Nitel çalışmalar için örneklem büyüklüğünün en az 15 olması tavsiye edildiğinden (Mason, 2010) araştırma için yapılan görüşme sayısı yeterli bulunmuştur.

3.3. Veri Toplama Aracı, Teknikleri ve Değerlendirilmesi

Araştırmada, nitel araştırma yöntemlerinde veri toplama tekniği olan görüşme yöntemi kullanılmıştır. Daha önce yapılan benzer çalışmalarda (Bucak ve Ateş, 2014; Nebioğlu, 2017; Akyürek ve Zeybek, 2018) kullanılmış sorular derlenerek yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmış ve kullanılmıştır. Veriler, işletmeleri temsilen yönetici ya da temsilci konumunda olan personel/personeller ile 01 Eylül - 01 Kasım 2019 tarihleri arasında yüz yüze görüşülerek toplanmıştır. Elde edilen veriler istatistik paket programında değerlendirilmiştir.

4. BULGULAR

4.1. İkincil Kaynaklardan Elde Edilen Bulgular

İkincil kaynak; birincil kaynakların geçerlik ve güvenilirliği kontrol edilerek belirli bir tarihsel olay ya da dö- nemle ilgili genel bir anlayış kazanmak amacıyla oluşturulmuş araçtır (Wyman, 2005: 6). Çalışma kapsamında Konya mutfağı yöresel yemekleri ve Konya ili coğrafi işaretli gastronomik ürünlerine dair ikincil kaynaklardan elde edilen veriler tablo 2 ve tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 2. Konya Mutfağı Yöresel Yemekleri (Halıcı, 2014; Seçim vd., 2018)

Çorbalar	Soğuk ve Sıcaklar	Ekmek ve Ekmekten Yapılan Yemekler	Et Yemekleri	Sakatat, Kümes Hayvanları ve Balık Yemekleri	Tatlılar
İşkembe	Cacık	Bazlama	Bütümet	Balık Tavası	Ayva Tatlısı
Bamya	Piyaz	Gözleme	Calla	Sazan Balığı Fırın	Kaygana
Arabaşı	Sumaklı Soğan Piyazı	Yufka Ekmeği	Çullama	Ala Kuzusu	Tırtıl Baklava
Karamık	Sirkeli Yumurta	Şebit	Gerdan Pişirmesi	Yaprak Ciğer	Kara Helva
Kikirdekli Kesme	Yaprak Sarması	Ekmek Oğması	Et Tiridi	Hindili Pilav	Elmalı Tatlı
Ovmaç	İmam Bayıldı	Ekmek Salması	Etlı Topalak	Havyar Tatlısı	Gül Tatlısı
Tandır	Erişte Pilavı	Et Tiridi	İftar Köftesi		Sac Arası
Tutmaç	Menekşeli Pilav	Paça Tiridi	Paça Yahnisi		Höşmerim
Toyga	Su Böreği	Pathıcanlı Tirit	Tas Kebabı		Kırk Kat
Tarhun	Etlı Ekmek	Papara	Zülbiye		Gelin Önü

Tablo 3. Konya İli Coğrafi İşaretli Gastronomik Ürünleri (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2019).

Coğrafi İşaretin Adı	Dosya No	Başvuru Tarihi	Tescil No
Akşehir Hersesi	C2018/046	22.02.2018	---
Akşehir Kiraz Lokumu	C2018/044	21.02.2018	---
Akşehir Kirazı	C2003/025	14.11.2003	75
Akşehir Peynir Helvası	C2018/045	22.02.2018	---
Akşehir Tandır Kebabı	C2018/204	22.10.2018	---
Altınekin Kabak Çekirdeği	C2017/023	19.04.2017	---
Ereğli Beyaz Kirazı	C2014/045	24.06.2014	406
Ereğli Koyun Yoğurdu	C2017/148	28.09.2017	---
Ereğli Siyah Havucu	C2014/046	24.06.2014	216
Ereğli Uzun Kabağı	C2017/230	18.12.2017	---
Kadınhanı Tahinli Pidesi	C2010/031	15.06.2010	171
Konya Etlı Düğün Pilavı	C2009/002	21.01.2009	142
Konya Etlı Ekmek	C2012/126	11.09.2012	214
Konya Peynir Şekeri	C2014/002	02.01.2014	414

Tablo 4. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Görüşmeci	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu	İşletmedeki Görevi	Sektörde Çalışma Yılı	Görüşme Süresi (dk)
K1	Erkek	30	Lisans	F&B Müdürü	13	30
K2	Erkek	45	Lisans	Genel Müdür	19	55
K3	Kadın	51	Lisansüstü	Genel Müdür	24	61
K4	Erkek	25	Lisans	Servis Şefi	2	28
K5	Kadın	40	Lisans	Satış Müdürü	21	39
K6	Erkek	53	Lisansüstü	Genel Müdür	26	45
K7	Erkek	56	Lise	Executive Chef	29	50
K8	Erkek	34	Lisans	Genel Müdür	15	75
K9	Erkek	39	Lise	Executive Chef	20	36
K10	Kadın	46	Lisans	Genel Müdür	25	90
K11	Erkek	25	Lisans	Servis Şefi	3	48
K12	Kadın	42	Lisans	İşletmeci	27	70
K13	Erkek	58	Yüksekokul	Satış Müdürü	34	62
K14	Kadın	29	Yüksekokul	F&B Müdürü	7	39
K15	Erkek	38	Lisans	Genel Müdür	16	64
K16	Erkek	30	Yüksekokul	Ex. Sous Chef	9	83
K17	Erkek	28	Lisans	Servis Şefi	10	52
K18	Kadın	36	Lisans	F&B Müdürü	12	46
K19	Erkek	33	Lise	Executive Chef	15	59
K20	Erkek	45	Lisans	Genel Müdür	20	68
K21	Erkek	33	Lisans	F&B Müdürü	10	25
K22	Kadın	41	Yüksekokul	Executive Chef	19	54
K23	Erkek	35	Lisans	İşletmeci	11	47
K24	Erkek	39	Lise	Executive Chef	21	38
K25	Kadın	37	Lisans	Genel Müdür Yrd.	14	55
K26	Kadın	45	Lisans	İşletmeci	22	33

K27	Erkek	25	Yüksekokul	Servis Şefi	4	29
K28	Erkek	56	Lisans	Genel Müdür	22	55
K29	Kadın	29	Lise	Servis Şefi	10	68
K30	Kadın	35	Lisans	F&B Müdürü	8	62
K31	Erkek	37	İlköğretim	Ex. Sous Chef	28	54
K32	Erkek	61	Lisans	İşletmeci	41	71
K33	Erkek	56	Doktora	Akademisyen	32	45
K34	Erkek	42	Doktora	Akademisyen	25	62
K35	Kadın	37	Doktora	Akademisyen	12	34

4.2. Birincil Kaynaklardan Yarı Yapılandırılmış Görüşmelerden Elde Edilen Bulgular

Birincil kaynaklar; en genel tanımıyla ilk elden kanıttır (Abbott, 1996: 30). El yazması, birincil-şahıs günlükleri, sözlü tarih, mektuplar, röportajlar, fotoğraflar, haritalar, filmler, ses kayıtları, müzik ve tarih fragmanları gibi kendi başlarına eksik, fakat analiz edilip bir araya getirildiğinde şahsi bakış açıları, insan dramları ve derin tarihsel anlayış ihtiva eden eserlerdir (Veccia, 2004: 3).

Araştırmada veri toplamak için 35 kişi ile görüşülmüştür. En az 25 dakika, en çok 90 dakika süren görüşmelerin ortalaması 52,4 dakika olarak tespit edilmiştir.

Katılımcılardan 12'si restoran (%34.3), 10'u 3 yıldızlı otel (%28.6), 7'si 4 yıldızlı otel (%20.0) ve 6'sı 5 yıldızlı otel (%17.1) işletmesinde çalışmaktadır. Katılımcılara dair bilgiler incelendiğinde; 23'ünün (%65.7) erkek, 19'unun (%54.3) lisans mezunu, 9'unun (%25.0) genel müdür pozisyonunda çalışmakta, 20'sinin (%57.1) 26-40 yaş aralığında olduğu, 14'ünün (%40.0) sektörde 11-20 yıl arasında çalışmakta olduğu tespit edilmiştir (Tablo 4).

“Konya Denilince Aklınıza Gelen Gastronomi Unsurları Nedir?”

Katılımcılardan gelen cevaplar doğrultusunda en çok; etli ekmek, tirit, fırın kebabı, tahinli pide, bamya çorbası, arabaşı çorbası, mevlana böreği, yağ somunu, hoşmerim, bandırma, akide şekeri, mevlana şekeri ve saç arası tatlısının akla gelen gastronomik unsurlar olduğu belirlenmiştir.

“Konya İlinde Faaliyet Gösteren Turizm İşletmelerinin Yiyecek İçecek Servisi Menülerinde Yöreye Özgü Gastronomi Unsurlarının Bulunma Durumu”nu belirlemeye yönelik sorulara katılımcıların genel olarak; konaklama işletmelerinin yiyecek içecek servis bölümlerinin menülerinde yer vermezken restoran işletmelerinin menülerinde yer verdiklerini belirtmişlerdir. İşletmelerin menülerinde yöreye özgü gastronomi unsurlarının bulunma durumu hakkında katılımcıların görüşleri şu şekildedir;

“Konya ilini ziyaret eden misafirler ve tur operatörleri genellikle gezi programlarında yer alan mevkilerin yakınlarında bulunan yöresel restoranları tercih ettikleri için konaklama işletmelerinden bu yönde bir talep bulunmamaktadır.” (K1-13).

“İşletmemizi iş adamları yada işletmelerin pazarlama çalışanları tercih etmektedir. Bu misafir grubu gün içinde kendi alanlarında faaliyet gösteren işletmelerle görüştüğünden işletmemizde kahvaltı dışında yiyecek-içecek servisini tercih etmemektedir. Tercih edenler için ise set menu uygulaması yapıyoruz. Bu uygulamada menülerimiz geleneksel Türk mutfağı içerikli hazırlanmaktadır.” (K14).

“İli ziyarete gelen yabancı turistler genellikle turları tercih ediyorlar. Tur rehberleri ise grubu anlaştıkları restoranlara yönlendiriyor. Gündüz tur eşliğinde yöresel yemek yiyen turistler akşam otellerinde yöresel yemeği tercih etmiyor. Dolayısıyla da menüye koyamıyoruz.” (4-5 Otel)

“İşletmemiz yarım pansiyon çalışmaktadır. Yöresel yemekleri sunabileceğimiz akşam yemeklerimiz. Ancak, akşam yemeği alacak misafir sayımız çok değişken olduğundan bu öğünde açık büfe servisini tercih ediyoruz. Açık büfe servisinde ise menüde dünya mutfağı ve geleneksel Türk mutfağı yemeklerine yer veriyoruz.” (K15-20).

“Konaklama işletmelerini genellikle tur ile gelen gruplar tercih etmektedir. Bu grupların

günlük tur planlarında öğle ve akşam yemekleri Mevlana türbesi çevresindeki restoranlarda olduğundan sadece oda-kahvaltı konseptinde çalışıyoruz.” (K21-23).

“Konya ilini ziyaret eden özellikle yerli turistler, yöreye ait yöresel gastronomi unsurlarını tercih etmektedir. Ancak, bu tercihler çok geniş olmayıp, belli başlı unsurlardan oluştuğundan Konya iline ait tüm gastronomik unsurlar işletmelerin menülerine konulmamaktadır.” (K24-32).

“Otel işletmeleri belirli dönemlerde menülerinde özellikle Konya mutfağı, Selçuklu ve Mevlevi mutfağı yemeklerine menülerinde yer vermektedir. Restoranlarda bu durumu göremiyoruz. Restoranlar menülerinde çok fazla değişiklik yapmadıkları gibi Konya bölgesine ait yöresel yemeklere de yeterince yer vermemekte, yer veren işletmelerin ise yüzeysel kaldığı görülmektedir.” (K33).

“Gastronomi turizminin bir ilde gelişmesi için en önemli faktör turizm işletmelerinin yöreye ait yöresel yemeklere menülerinde yer vermeleridir. Bu şekilde, hem yöreye ait yöresel yemeklere sahip çıkmış ve yaşatılması sağlanmış, hem de işletmeye gelen yerli ve yabancı turistlere doğru şekilde tanıtımının yapılması sağlanmış olur.” (K34-35).

“Konya İlinde Faaliyet Gösteren Turizm İşletmelerinin Yiyecek İçecek Servislerinin Hizmet Kalitesi ve Turizm Talebinin Artması Durumunda Bu Talebin Karşılama Durumu” nu belirlemeye yönelik sorulan soruya katılımcıların genel olarak; gerek il genelinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin yiyecek içecek servis bölümlerinin gerekse restoranların bu talebi karşılayabilecek düzeyde insan kaynağı ve donanımına sahip oldukları görüşünde oldukları belirlenmiştir. Talebin artması durumunda bu talebin karşılanmasında katılımcıların görüşleri şu şekildedir;

“Konya ilinde faaliyet gösteren gerek konaklama işletmelerinin yiyecek içecek servislerinin gerekse restoranların hem donanım hem de personel sayısı ve nitelikleri bakımından misafir beklentilerini karşılayabilecek düzeyde yeterlidir. “(K2, K4, K7-9, K18-23, K32).

“Bir çok Anadolu şehrine kıyasla Konya ili turizm işletmeleri ile restoran işletmeleri iyi düzeyde yemek ve servis hizmeti sunmaktadır. Ancak, tur operatörleri ile şehre gelen misafirler tur firmasının tercih ettikleri daha düşük kalite işletmelere yönlendirilmektedir. Bu da Konya ili gastronomi turizminin tanıtımını olumsuz şekilde etkilemektedir.” (K6, K11-13, K17, K28, K29).

“İl genelinde mutfak bölümü için nitelikli personeli bulunmaktadır. Ancak, servis bölümü için nitelikli personelin farklı nedenlerle de olsa daha çok resort otelleri tercih ettiklerinden servis bölümü için nitelikli personel bulmak güçtür. İyi bir servis hizmeti sunulması için işletmelerin nitelikli servis personellerini il içerisinde istihdamını sağlaması konusunda gerekli önlemleri almaları gerekmektedir.” (K5, K10, K16, K24).

“Talebin zaman zaman arttığı dönemler olabilmektedir. Örneğin; Şeb-i Aruz haftası, tarım fuarı gibi. İşletmeler bu gibi dönemlerde artan talebi karşılayabilmektedir. İşletmeler bunun için gerekli donanım ve insan kaynaklarına sahiptir.” (K1, K25-27, K31).

“Konya ilinde belirli dönemlerde yoğunluk artmaktadır. İşletme sayısı yeterli olup sadece bu dönemler için işleme sayısının artırılmasına gerek yoktur. Ancak, bu dönemde yaşanan yoğunluk kalifiye eleman konusunda sıkıntı oluşturmaktadır. Bunun çözümü olarak, işletmeler turizm okulları ve üniversitelerin ilgili bölümlerinde öğrenim gören öğrencileri tam zamanlı ya da yarı zamanlı olarak eğitimlerini de tamamlayarak istihdam ederek çözebilir. Ayrıca, il genelinde işletmelerin toplam kalite yönetimi (TKY) açısından çok zayıf oldukları görülmektedir. Bunun için gerekirse profesyonel destek

alınabileceği gibi işgörenlerin mesleki ve kişisel gelişim konularında belirli dönemlerde mutlaka eğitim almaları sağlanmalıdır.” (K33).

“Bu sorunun cevabını iki açıdan değerlendirebiliriz. Birincisi; yeterli ve kaliteli donanım, ikincisi; yeterli ve nitelikli yiyecek içecek hizmetleri bölümü personeli. Konaklama işletmeleri için birinci ve ikinci maddenin yeterli olduğunu düşünsem de, bağımsız restoranlar için birinci maddenin yeterli ancak ikinci maddenin ise yetersiz olduğunu düşünmekteyim.” (K34).

“Kalifiye eleman çok önemli. Meslek liseleri ve üniversitelerin turizm bölümlerinde eğitim alan öğrencilere Konya’da faaliyet gösteren işletmelerde staj imkanı ve mezuniyetten sonra istihdam imkanı sağlanmalıdır.” (K3, K14-15, K30, K35).

“Konya İlinin Gastronomi Turizmi Açısından Ne Düzeyde Olduğu ve Gastronomik Ürünlerin Arttırılması ve Geliştirilmesi İçin Neler Yapılması Gerektiği” ni belirlemeye yönelik sorulan soruya katılımcıların genel olarak; gastronomi turizmi açısından bir çok ilde olduğu gibi henüz başlangıç aşamasında olup eksikliklerin çok olduğu ortak görüşüne ulaşılmıştır. Katılımcıların Konya ilini gastronomi turizmi açısından değerlendirmesi ve gastronomik ürünlerin arttırılması ve geliştirilmesi için görüşleri şu şekildedir;

“Bir çok Anadolu iline göre gastronomi açısından gelişmeler olsa da diğer büyükşehirlerle kıyaslandığında yeterli düzeyde olmadığı görülmektedir. Gastronomi turistinin ilgisini çeken konulardan biri de ilin sahip olduğu coğrafi işaretli ürünlerdir. Selçuklu Devleti, Osmanlı İmparatorluğu ve Türkiye Cumhuriyeti gibi yemek kültürü geniş devletlere ev sahipliği yapmış bir il için coğrafi işaretli gastronomik ürün sayısı çok azdır.” (K1-2, K7-9, K13-16, K21-25).

“Konya turizmi ve gastronomisinin bulunduğu coğrafi ve beşeri özellikleri nedeniyle heterojen bir yapı gösterdiği görülmekte. İl merkezi kendi içinde homojen bir yapı gösterse de ili ilçelerle birlikte değerlendirdiğimizde, ilçelerin büyük olması ve yakın oldukları illerin kültürel yapısından etkilendikleri düşünüldüğünde heterojen yapı gösteriyor. Bu nedenle ilin geneli bir bütün olarak değerlendirilmeli, sadece il merkezi çalışılmamalı, tüm ilçeler, belki de köylerde yapılacak çalışmalar ile köklü aileler tespit edilip eski Konya mutfağı hakkında bilgiler alınmalı ve yazıya dökülmelidir. Özellikle ilin sahip olunun değerler olan Selçuklu ve Mevlevi mutfağı, Ateşbaz-ı Veli gibi değerler ön plana çıkarılmalıdır.” (K33).

“Konya mutfağı geniş bir yelpazede incelenmesi gerekir. Oysa, Konya mutfağı denilince akla belli başlı yemekler gelmekte ve işletmeler bu yemekleri sunmaktadır. Örneğin; etli ekmek hemen hemen her restoran işletmesinde hazırlanıp servis edilmektedir. Ancak, halen turistik bir ürün olamamıştır. Yani, Konya’ya gelen turist etli ekmek yemek için gelmiyor, Mevlana türbesini ziyaret etmek, iş seyahati yada diğer sebeplerle Konya’ya gelmişken etli ekmek yiyor. Dolayısıyla, Konya’da gastronomi turistinden bahsetmek şu an için mümkün değil. Bu nedenle, özellikle coğrafi işaret almış ürünlerin mutlaka turistik ürün haline getirilmesi çalışmaları yapmak gerekmektedir. Gaziantep bu konuda örnek alınabilir. Bir çok turist Gaziantep’e farklı nedenlerle seyahat ettiği gibi ilin sahip olduğu gastronomik ürünlerle deneyim yaşamak için de seyahat etmekte ve gelmişken ilin öne çıkan ziyaret mekanlarına gitmektedir. Bu durum Konya için örnek oluşturmaktadır.” (K34-35).

“Konya için önemli bir destinasyon çekicilik merkezi Mevlana türbesidir. Mevlana türbesi için gelen bir çok turist Mevlana mutfağını da deneyimlemek isteyecektir. Ancak il genelinde bu hizmeti sunan bir restoran bulunmaktadır.” (K4, K17-18, K26).

“Konya ili büyük ilçelere sahiptir ve her ilçenin mutfak kültürü hem birbirinden hem de merkezden farklılık gösterir. Yapılacak envanter çalışmalarında ilçelerin ve bağlı

köylerin ayrı ayrı değerlendirilmesi gerekir.” (K5-6, K27, K29-30).

“Gastronomi turistinin ilgisini çekmek ve ilin gastronomi turizmini geliştirmek için; Selçuklu ve Konya mutfağına ait yemeklerin envanterinin yapılarak standartlaştırılma çalışmalarının yapılması, ilin sahip olduğu yöresel gastronomi unsurlarına coğrafi işaret alınması konusunda gerekli çalışmalar yapılarak başvuruların başlatılması, gastronomi etkinliklerinin daha profesyonelce düzenlenmesi, sayı ve çeşitliliğinin artırılması, yerel ve ulusal basında Konya gastronomisinin tanıtımının artırılmasına yönelik çalışmaların yapılması, Gaziantep ve Hatay illerinde olduğu gibi Konya ilinin de UNESCO Gastronomi Şehri ünvanını alabilmesi için gerekli çalışmaların başlatılması gerekmektedir”. (K10, K20, K28).

“Konya’da gastronomi açısından son yıllarda bazı etkinlikler yapılmış ve az da olsa dikkat çekmeye başlamıştır. Ancak, bu çalışmalar halen istenilen düzeyde ilde gastronomi turizminin geliştirilmesini ve gastronomi turistinin ili destinasyon olarak göreyerek tercih etmesini sağlamamaktadır.” (K11-12, K19, K31-32).

“Konya İli Gastronomi Turizminin Geliştirilebilmesi İçin İlgili Paydaşlara Düşen Sorumlulukların Neler Olduğu” nu belirlemeye yönelik sorulan soruya katılımcıların genel olarak; gastronomi turizminin geliştirilmesi için; üniversitelerin ilgili bölüm ve alanlarının desteği ile konaklama ve restoran işletmeleri, yerel yönetimler ve STK’ların ortak komisyonlar kurmaları gerekliliği görüşüne ulaşılmıştır. Katılımcıların Konya ilini gastronomi turizminin geliştirilmesi için ilgili paydaşlara düşen sorumlulukları için görüşleri şu şekildedir;

“Konya ili için gastronomi turizminin geliştirilmesinde üniversitelerde gastronomi uzmanları, yerel yönetimlerden alan uzmanları ve STK’lardan temsilcilerin katılacakları komisyonlar oluşturulmalıdır. Bu komisyonların çalışabilecekleri bir çok başlık ve alt başlık gastronomi turizmi geliştirilmiş iller örnek alınarak oluşturulabilir. Komisyonların çalışmaları sonucunda oluşturacakları raporlar çerçevesinde gastronomi turizmini geliştirecek etkinliklere dönüştürmelidir.” (K1-4, K11-13, K18-20, K23-24, K30-32).

“Öncelikle, yöreye ait ancak henüz coğrafi işaret almamış gastronomik unsurların coğrafi işareti almasına yönelik çalışmalar başlatılmalı. Coğrafi işaret almış ürünlerin tanıtımları yapılmalı, turistlerin bu ürünleri veya bunların kullanılarak hazırlanan yemekleri deneyimle fırsatı sunulmalıdır.” (K5-7, K9-10, K21-22, K29).

“Tur operaörlerine çok iş düşüyor. Özellikle rehberler Konya mutfağına ait ürünlerin tanıtımına önem verilmeli ve Konya mutfağı ürünlerini gerçekten doğru şekilde üreten işletmeler tercih edilmelidir.” (K8).

“Ulusal medya tanıtımında önemli. Ulusla medya ve gastronomi alanında uzman kişilerin Konya’ya ziyaretleri sağlanarak tanıtımın ulusal boyutlarda yapılması sağlanmalıdır.” (K14-17, K25-28).

“Kamu da kar amacı gütmeyen kurumlar mutlaka etkin rol oynamalıdır. Öncelikle Konya ilinin gastronomi turizmi potansiyeli iyi araştırılmalı, özel sektör temsilcileri ve akademisyenlerin de yer aldığı oluşturulacak komisyonlarda gastronomi turizmini geliştirmeyi hedefleyen politikalar oluşturulmalıdır. Tabi bu politikaların hayata geçirilmesinde en önemli faktör maddi olanaklar olduğu için yerel yönetimlerce de desteklenmelidir” (K33).

“Alanında uzman akademisyenler yerel yönetimlerce desteklenecek gastronomi turizmini geliştirici projeler üretmeli. Bu projeler Mevlevi mutfağı, Selçuklu mutfağı, Meram mutfağı gibi spesifik konularda olabileceği gibi ilin genel gastronomi turizmini geliştirici konularda da olabilir.” (K34-35).

“Konya İlindeki Gastronomik Değerlerin Ne Düzeyde Hediyelik Eşya Olarak Kullanıldığı ve Ne Tür Unsurların Geliştirilebileceği” ni belirlemeye yönelik sorulan soruya katılımcıların genel olarak; hediyelik gastronomik unsur olarak toplu taşıma araçlarında götürebilecekleri çok fazla alternatif olmadığı, gelen misafirlerin daha çok mevlana şekerini hediyelik olarak tercih ettiklerini, bunun da ilin gastronomi tanıtımında bir dezavantaj olarak görüldüğünü belirttikleri görülmüştür. Katılımcıların Konya ilini gastronomi değerlerinin hediyelik olarak kullanılmasına ve geliştirilmesine yönelik görüşleri şu şekildedir;

“Konya mutfağı açısından hediyelik olarak götürebilecekleri çok fazla bir alternatif yoktur. Genellikle turistlerin mevlana şekeri götürdüklerini görüyoruz. Oysa yapılacak çalışmalar ve projeler ile turistlerin götürebilecekleri hediyelik eşyalar geliştirilmelidir.” (K1-3, K15-16, K18-20, K30-31).

“Geniş bir mutfak kültürüne sahip Konya için hediyeliklerimiz çok sınırlı. Turistlerin hediyelik alışverişlerinde gastronomik unsurlarımız bulunmamaktadır. Oysa ki, özellikle coğrafi işaretli ürünlerimizi yanlarında hediyelik olarak götürerek tanıtımında aktif rol oynamaları sağlanmalıdır.” (K5-9, K17, K21-22, K25-28).

“Konya mutfağı yemekleri genellikle etli olduklarından sıcak şekilde tüketilmesi gerekir. Bu yemekleri de hediyelik olarak götüremezler. Bu nedenle de soğuk yiyecekler ile tatlıların hediyelik ürün olması üzerine düşünmek gerekir.” (K4, K10-14, K23-24, K28, K32).

“Bu konuda yine Gaziantep örnek olarak alınabilir. Gaziantep’te özellikle şerbetli tatlıların hediyelik ürün olarak hazırlandığını görüyoruz. Konya mutfağında da şerbetli tatlılar önemli. Aynı yöntemler kullanılarak hediyelik olarak hazırlanıp pazarlaması yapılabilir.” (K33-35).

“Konya İlinde Gastronomik Açından Hangi Ürünlerin Tescillenebileceği” ni belirlemeye yönelik sorulan soruya katılımcıların genel olarak; Konya iline ait gastronomik öğelerden mevlana böreği, yağ somunu, tirit, akide şekeri, bandırma, sirkencübin şerbeti, hoşmerim ve peynirli baklavanın tescil alabileceği belirtilmiştir. Ayrıca, düğün pilavı da Konya toplumunda önemli olduğu ve bu seramoninin de tescillenebileceği katılımcılarca ifade edilmiştir.

“Konya İlinin Markalaşmasında Gastronominin Rolü Nedir?” sorusuna katılımcıların genel olarak; son yıllarda gastronominin turizm açısından öneminin artması ile özellikle Konya ilinin markalaşmasında ve pazar değerinin artmasında son derece önemli olduğu vurgulanmıştır. Katılımcıların buna yönelik görüşleri şu şekildedir;

“Gastronomi son yıllarda turizmin bir alt başlığı olarak ivme kazanmaktadır. Özellikle şehrin katma değer kazandırılmasında aktif rol aynar. Bir şehrin markalaşmasında gastronomiyi araç olarak kullanan yerel yönetimler bu güne kadar başarılı olmuşlar ve şehrin markalaşmasında, tanıtımında ve pazarlamasında gastronomiyi aktif olarak kullanmaktadır.” (K1-3, K9-10, K16-20, K32, K34).

“Gastronomi ve gastonomi turizmi; bir şehrin markalaşmasında, turizminin gelişmesinde, şehrin tanıtımında, şehrin öne çıkan kültürel öğelerinin pazarlanmasında önemli rol oynamaktadır. Ayrıca; şehrin alt ve üst yapısının geliştirilmesi, turizm işletmelerinin artması, mevcut olanların yenilenmesi ve geliştirilmesi, dolayısıyla istihdam arttırılmasında da önemlidir.” (K6-7, K14-15, K21, 26-28).

“Günümüzde şehirler gastronomi ile ön plana çıktığını görüyoruz. Özellikle UNESCO Gastronomi Şehirleri arasına giren şehirlerin markalaşma sürecinde ne kadar ilerlediği görülmektedir. Bunun farkına varan diğer iller de bu konuda çalışmalar yürütmektedir.” (K4-5, K11-12, K31).

“Son günlerde Gaziantep yada Hatay gibi şehrin markalaşmasında gastronominin etkin

bir rolü yok. Ancak yapılacak eskilik etmenlik faktörünün turistik ürün geliştirmede etkisi kullanılarak bu gerçekleştirilebilir. Konya ili Hristiyanlık, Selçuklu devleti, Osmanlı İmparatorluğu ve Trkiye Cumhuriyeti gibi çok önemli din ve devletlere ev sahipliği yapmış topraklar üzerinde kurulmuştur. Mutlaka gidilebildiği kadar eskilere gidilip mutfak kültürünün temelleri araştırılmalı ve envanteri çıkarılmalıdır.” (K33).

“Şehrin sahip olduğu çok önemli bir değer var, Ateşbaz-I Veli. Şehrin markalaşmasında çok önemli bir role sahip iken maalesef yeterince kullanılmıyor. Bu konuda yerel yönetimlerin daha duyarlı olması, şehrin gastronomik unsuru olan Ateşbaz-ı Veli’yi ön plana çıkararak şehrin gastronomi turizmi açısından marka değerini arttırması gerekmektedir.” (K8, K13, K22-25, K29-30, 35).

“Konya İlinde Hangi Turizm Çeşitliliğinin Ön Planda Tutulması Gerektiği ve Gastronominin Bu Turizm Çeşidinde Nasıl Bir Rol Oynayacağı” sorusuna katılımcıların genel olarak; Konya ilinde inanç ve kültür turizmi başta olmak üzere gastronomi turizmi, sağlık turizmi, kongre ve fuar turizmi, kış turizmi ve av turizmi gibi turizm çeşitlerinin yürütülebileceği görüşlerine yer vermişlerdir. Katılımcıların buna yönelik görüşleri şu şekildedir;

“Konya şehri genelinde pek çok turizm çeşidi ön planda tutulabilir. Bunların hepsi şehirdeki turizm endüstrisini ve şehrin turizm hareketliliğini arttırıcı etki oluşturur. Gastronomi turizmi ise, son dönem yerli ve yabancı turistin özel ilgi gösterdiği ve aktif olarak katılım sağladığı bir turizm çeşididir. Dolayısıyla gastronomi turizmi, diğer turizm çeşitlerini yönlendiren lokomotif görevi görebilir. Aslında, Konya ilinin de turizm hareketliliğinin arttırılmasında buna ihtiyaç vardır.” (K1-6, K15-21, K27-30).

“Bazı iller de, gastronomi diğer turizm çeşitlerini destekleyici olarak rol alırken, bazı iller de ise ana turizm çeşidi olarak karşımıza çıkar. Destekleyici turizm çeşidi rolünden ana turizm çeşidi rolüne geçen illerin daha çok markalaştığı ve turistik ürün pazarlamasını daha çok yaptıkları görülür. Konya ili için gastronomi turizminin halen başta inanç turizmi olmak üzere diğer turizm çeşitlerini desteklediğini söylenebilir.” (K8-9, K11-13, K22-26, K32, K34).

“Öncelikle Konya merkezinde kültür ve inanç turizmi etkindir. Bu konu hakkında bazı çalışmalar yapılabilir. Örneğin; Konya inanç turizmi etkin olduğundan Türkiye’nin hacı toplanma merkezi olabilir. İlçelere baktığımızda kırsal turizm ve kış turizmine yönelik faaliyetler geliştirilmelidir. Belirli merkezlerle bağlantıları sağlayacak geçitler açılarak tracking rotaları çizilebilir (Toros geçişi, Nevşehir geçişi gibi). Gastronomi her turizm çeşidi için gerekli olduğu gibi aslında kendisi de bir turizm çeşididir. Bu konuda ne kadar çok çalışmalar yapılacak olursa il için gastronomi turizmi o kadar etkin rol oynayacaktır.” (K33).

“Konya, konumu itibariyle bir çok alternative turizm çeşidine ev sahipliği yapabilir. Burada asıl önemli olan, gastronomi turizminin Konya turizminde yerinin belirlenmesi. Gaziantep ve Hatay’a baktığımızda gastronomi turizminin ana rol, diğer alternative turizm çeşitlerinin ise destekleyici rol oynadığını görmekteyiz. Konya ili için bu neden mümkün olmasın? Ancak, il olarak yolun çok daha başındayız, daha yapılması gereken çok iş olduğu kanaatindeyim” (K35).

“Konya İlinde Gastronomi Turizminin Geliştirilmesi İçin Neler Önerebilirsiniz?” sorusuna katılımcıların genel olarak; şehrin sahip olduğu gastronomi unsurlarının korunması, tanıtılması ve düzenlenecek etkinlikler ile yaygınlaştırılmasının sağlanmasına yönelik görüşlerine yer vermişlerdir. Katılımcıların buna yönelik görüşleri şu şekildedir;

“Asıl görev yerel yönetimlere düşmektedir. Üniversitelerin ilgili alanlarının sağlayacağı katkılarla yerel yönetimlerin destekleyeceği uluslararası standartlarda ve katılımlı gastronomi etkinliklerinin düzenlenmelidir. Bu etkinlikler ulusal basında yer almalı ve

şehin gastronomi turisti sayısı arttırılmalıdır.” (K1-2, K4, K8, K19-21, K26-27, K31-32).

“Akademisyenler; bu konuda neler yapılması gerektiğini bilimsel verilerle ortaya koymalı ve buna dönük önerilerin yer aldığı raporlar oluşturulmalı. Yerel yönetimler; bu raporlar doğrultusunda hareket etmeli, gerekli etkinlikleri düzenlemeli yada desteklemeli ve turizm işletmelerinin koordinasyonunu sağlamalı. Turizm işletmeleri; yerel yönetimlerin projelerini desteklemeli ve en önemlisi menülerinde yerel mutfağa yer vermelidir.” (K3, K13, K25).

“Her kuruma görev düşer. Herkese iş düşer. Turizm endüstrisinde aktif yada pasif olarak görev alan herkes ve her kurum. Tarla sahipleri, gıda üreticileri, şarap üreticileri, aşçılık okulları, aşçılar, turizmciler, gastronomi yazarları, tur operatörleri ve rehberler, TV programları ve yemek dergileri, akademisyenler...” (K5-7, K14-15, K23-24, K28-30).

“Gastronomi turistini destinasyonunuza çekmek istiyorsanız en iyi yol tanıtımdır. İl olarak Konya mutfağını tanıtıcı faaliyetlere önem vermeliyiz.” (K9-12, K16-18, K22, K34).

“Öncelikle katkı verebilecek uzmanlık alanı gastronomi olan kişilerin yer aldığı komisyonlar oluşturulmalıdır. Söz konusu bu komisyonlar ildeki gastronomi turizmi talebi ve arzını iyi şekilde analiz etmeli ve bu konuda çalıştaylar düzenlenmelidir. Yerel işletme yetkililerine verilecek eğitim seminerleri, paneller ve workshoplar ile gastronomi turizminin olduğu ve il için gereklilikleri anlatılmalıdır. Tabi bunların hepsi sonuçta bütçe gerektirir. Bütçe konusunda yerel yönetimler bu komisyonları ve etkinliklerini desteklemelidir.” (K33).

“Turlar ve rehberler gerçekten önemli. Rehberler şehre gelen yerli ve yabancı turisti doğru restoranlara götürmeli ki turistler Konya mutfağını doğru tanısin.” (K35).

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Turistler, küreselleşen ve birbirine benzemeye başlayan dünyada kendilerinden farklı kültürleri ve günlük yaşam formlarını deneyimleme arzusu ile daha soyut yerel kültür varlıklarına ilgi duymaya, geçmişin yapılaşmış kültür mirası ile değil, geçmiş kültürü bugün günlük yaşam deneyimlerinde taşıyan yerel halklar ile ilgilenmeye başlamışlardır. Bir topluluğun eşsiz düşünsel, materyal, entelektüel ve duygusal özellikleri olarak kabul edilen ve kültür, sanat, edebiyat, yaşam tarzı, birlikte yaşama şekilleri, değer yargıları, gelenekleri ve inançları kapsayan yerel kültür, toplumun yüzyıllar boyunca geçirdiği sosyal ve ekonomik değişimlerin sonucunda oluşmaktadır. Bu ilgi sonucunda oluşan soyut yerel kültür varlıklarına dayalı turizm türleri bugün turizmde yükselen bir trend sergilemekte, birçok ülke az gelişmiş bölgelerini kalkındırmada soyut yerel kültür varlıklarını harekete geçirmektedir. Bu bağlamda, yerel gastronomi kültürü, bahsedilen soyut yerel kültür varlıklarının, bugün turizm amaçlı kullanılan en önemli değerlerinden biridir. “Bir başka bölgenin eşsiz, farklı ve unutulmaz yemeğini, şarabını ve diğer yöreye özgü gastronomi varlıklarını deneyimlemek amacıyla yapılan seyahatleri” tanımlanan gastronomi turizmi, tüm turizm türlerinde olduğu gibi geniş bir tedarik zincirine, dolayısıyla büyük bir çarpan etkisine sahiptir (Çağlı, 2012: 99).

Konya ilinde faaliyet gösteren turizm işletmelerinde yönetici olarak çalışan personel ve uzmanlık alanı turizm olan akademisyenler ile Konya ilinin gastronomi potansiyeli değerlendirildiği çalışmada; Konya ili gastronomi unsurlarının halen turistik ürün haline gelmediği, il genelinde gastronomi turizminin geliştirilmesi, gastronomi unsurlarının tanıtılması ve pazarlanması açısından bunun sağlanması gerektiği ortaya çıkmıştır. Aksoy ve Sezgi (2015), gastronomi turizmi diğer turizm çeşitleriyle birleştirildiğinde potansiyelinin artıracığı; Akyürek ve Zeybek (2018), Gümüşhane ilinin gastronomik değerlerinin turistik ürün konumuna getirilerek diğer turizm türleri ile

bütünleştirilmesi gerektiği; Paslı ve Çelikkanat (2018), gastronomi turizminin geliştirilerek Giresun iline gelen turistlerin şehre özgü yöresel yemeklere ulaşmaları sağlanması gerekliliği sonuca ulaşmıştır.

Konya ilinin gastronomik unsurları değerlendirildiğinde; büyük devletlere ev sahipliği yapmış bir bölgede kurulu Konya ilinin bu durumdan etkilenecek geliştirdiği pek çok yöresel ürünü ve yerel mutfak öğeleri bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca; mevcut coğrafi işaret almış ürünlerin yanında coğrafi işaret alma potansiyeli olan ürünler de bulunduğu görüşleri mevcuttur.

Genel olarak Konya ilinin gastronomi turizmi potansiyeli değerlendirildiğinde; gastronomi şehri olabilecek bir potansiyele sahip olduğu, ancak diğer gastronomi turizmi şehirlerine göre daha çok yolun başında olup yapılacak çok işlerin olduğu ortak kanısına varılmıştır. Yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen veriler doğrultusunda Konya ili gastronomi turizmini geliştirmek için şu önerilerde bulunulabilir;

* İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü önderliğinde uzmanlık alanı turizm olan akademisyenler, turizm işletmeleri yöneticileri ve yerel yönetimlerden ilgili birimler ile ilgili STK temsilcilerinin yer aldığı “Konya İl Gastronomi Turzmi Kurulu” oluşturulmalıdır.

* Uzmanlık alanı turizm olan akademisyenlerce hazırlanacak “il gastronomi raporu” doğrultusunda kurulun il genelinde turizm ile doğrudan yada dolaylı olarak bağlantılı tüm kurum ve kuruluşları koordine etmelidir.

* Hazırlanan rapor doğrultusunda gastronomi etkinliklerinin organize edilmesi, bu etkinliklerin yerel yönetimlerce desteklenmesi ve ulusal düzeyde tanıtımları yapılmalıdır.

* Konya il mutfağı yöresel ürün ve yerel mutfak ürünlerinin evnavterinin tutulması ve standartlaştırma çalışmaları yapılmalıdır.

* Konaklama işletmelerinin yiyecek içecek servisleri ile bağımsız restoranların menülerinde yöresel ürün ve yerel mutfak ürünlerine yer verilmesi teşvik edilmelidir.

* Mevcut coğrafi işaret almış yöresel ürün ve yerel mutfak ürünlerinden başka, coğrafi işaret alma potansiyeline sahip yöresel ürün ve yerel mutfak ürünlerin belirlenmesi ve tescillenme başvuruları yapılmalıdır.

* Tur operatörleri ve rehberlerinin yöresel ürün ve yerel mutfak ürünleri konusunda bilgilendirilme çalışmaları yapılmalıdır.

* İl dışından gelecek yerli ve yabancı turisler için Konya mutfağını tanıtıcı tanıtım faaliyetleri (seminer, söyleşi, workshop gibi) düzenlenmelidir.

KAYNAKÇA

Abbott, M. (1996). Sources and Resources. In M. Abbott (Ed.), History Skills: A Student's Handbook. London and New York: Routledge.

Akbaba, A. & Kendirci, P. (2016). Gastronomi Turizmi ve Coğrafi İşaretlemeli Ürünler. O. N. Özdoğan (Ed.), Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler 2. Ankara: Detay Yayıncılık.

Akgöl, Y. (2012). Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

Aksoy, M. (2014). Gastronomi ve Yemek Tarihi Ders Notları, Ankara, Gazi Üniversitesi.

Aksoy, M. & Sezgi, G. (2015). “Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları”, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 3(3): 79-89.

Akyürek, S. & Zeybek, H.İ. (2018). “Gümüşhane İlinin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi”, Social Sciences Studies Journal, 4 (15): 869-882.

- Batu, A. (2016). “Kültür ve Gastronomi Turizmi Bakımından Konya”, *The Journal of Academic Social Science*, 4(30): 20-38.
- Bekar, A. & Kılıç, B. (2014). “Turistlerin Gelir Düzeylerine Göre Destinasyondaki Gastronomi Turizmi Etkinliklerine Katılımları”, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 4(1): 19-26.
- Bucak, T. & Aracı, Ü.E. (2013). “Türkiye’de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme”, *Balikesir University Journal of Social Sciences Institute*, 16(30).
- Bucak, T. & Ateş, U. (2014). “Gastronomi Turizminin İl Turizmine Etkisi: Çanakkale Örneği”, *The Journal of Academic Social Science Studies*, Sayı: 28: 315-328.
- 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(3):164-176.
- Çağlı, I.B. (2012). *Türkiye’de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği*, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı, Bölge Planlama Programı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Deveci, B., Türkmen, S. & Avcıkurt, C. (2013). “Kırsal Turizm İle Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği”, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(2): 29-34.
- Güzel Şahin, G. & Ünver, G. (2015). “Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak Gastronomi Turizmi: İstanbul’un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma”, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2): 63-73.
- Halıcı, N. (2014). *Konya Mutfağı*, Konya Büyükşehir Belediyesi Yayınları, Konya
- Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. & Cambourne, B. (2003). *Food Tourism Around the World*. Boston: Butterworth-Heinemann.
- Hatipoğlu, A. (2010). *İnançların Gastronomi Üzerine Etkileri Bodrumdaki Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Yöneticilerinin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hatipoğlu, A. (2014). *Osmanlı Saray Mutfağı’nın Gastronomi Turizmi Çerçevesinde İncelenmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Kaşlı, M., Cankül, D., Köz, E.N. & Ekici, A. (2015). “Gastronomik Miras ve Sürdürülebilirlik: Eskişehir Örneği”, *Eko-Gastronomi Dergisi*, 1(2): 27-46.
- KİKTM (2020). *Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü*, Turizm, Turizm İstatistiği, Erişim Tarihi: 15.01.2020, Erişim Adresi: https://konyakultur.gov.tr/index.php?route=pages/pages&page_id=24
- Küçükkömürler, S., Şirvan, U. N. B. & Sezgin, A. C. (2018). “Dünyada ve Türkiye’de Gastronomi Turizmi”, *International Journal of Tourism, Economics and Business Sciences (IJTEBS)* E-ISSN: 2602-4411, 2(2): 78-85.
- Mason, M. (2010). “Sample Size and Saturation in PhD Studies Using Qualitative Interviews”, *Forum: Qualitative Social Research*, 11(3): 1-19.
- Nebioğlu, O. (2017). “Gastronomik Kimlik ve Gastronomik Turizm Ürünlerinin Sınıflandırılması Üzerine Nitel Bir Araştırma: Alanya Örneği”, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2): 39-60.
- Özdemir, G. & Dülger Altın, D. (2019). “Gastronomi Kavramları ve Gastronomi Turizmi Üzerine Bir İnceleme”, *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12 (1): 1-14.
- Özönder, H. (2005), *Dünden Bugüne Konya*, Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları No: 67, Konya.
- Paslı, M.M. & Çelikkanat, N. (2018). “Giresun İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi”, *II. Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kongresi*, 20-22 Eylül 2018, Gümüşhane.

Seçim, Y., Yılmaz, M., Sormaz, Ü. & Nizamlıoğlu, F. (2018). Konya Mutfağı Yemekleri, Konya Mutfak Kültürü, Bölüm: 2, s. 23-119, Necmettin Erbakan Üniversitesi Kültür Yayınları: 34, Konya.

Türk Patent ve Marka Kurumu (2019). Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı İstatistikleri. <https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/geographicalRegisteredList/>. (Erişim Tarihi:05.12.2019).

TURSAB (2014). TURSAB Gastronomi Turizmi Raporu. http://www.tursab.org.tr/dosya/12302/Tursab-Gastronomi-Turizmi-Raporu_12302_3531549.Pdf. (Erişim Tarihi: 07.12.2019).

UNWTO, (2017). Published by the World Tourism Organization, Madrid, Spain May. Second Global Report on Gastronomy Tourism. file:///C:/Users/User/Desktop/gastronomy_report_web%20UNWTO.pdf

Üner, E.H. (2014). Her Şey Dahil Sistemde Türkiye Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Veccia, S.H. (2004). Uncovering Our History: Teaching with Primary Sources. Chicago: American Library Association. Wyman, R. M. (2005). America's History Through Young Voices: Using Primary Sources in the K-12 Social Studies Classroom. USA: Pearson Education, Inc.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2008). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayınları.