

Arastırma Makalesi

Aksaray İlinin Gastronomi Potansiyelinin Swot Analizi ile Değerlendirilmesi

Evaluation of Gastronomy Potential of Aksaray Province With Swot Analysis

Ayşe Nevin SERT

Doç.Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Turizm Fakültesi

nevin.sert@hbv.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0003-0751-9377>

Makale Geliş Tarihi	Makale Kabul Tarihi
05.01.2025	12.02.2025

Öz

Küreselleşmenin getirdiği yoğun rekabet ortamında gastronomi turizmi destinasyonlar için önemli hale gelmektedir. Bu çalışmada, Aksaray ilinin gastronomi turizminin mevcut durumunu incelemek ve ilin gastronomi turizmi açısından güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditlerini SWOT analizi ile belirlemek ve buna bağlı olarak ilin gastronomi turizminin gelişmesini sağlayacak öneriler sunulması amaçlanmıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılmıştır. Aksaray merkezde faaliyet gösteren yiyecek-içecek ve diğer turizm işletmelerinin yöneticileri, işgörenler ve turizm akademisyenlerinden oluşa 15 katılımcı ile yüz yüze görüşülmüştür. Görüşmeden elde edilen veriler içerik analizi kapsamında SWOT analizi ile değerlendirilmiştir. Yapılan analiz sonucunda Aksaray ilinin gastronomi turizmi açısından en güçlü yanının ilin Kapadokya bölgesinde bulunması ve zengin bir mutfak kültürüne sahip olması, en zayıf yanı ise tanıtımın yetersiz olması ve yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yerel yemeklere yer verilmemesi olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Gastronomi Turizmi, Aksaray, SWOT Analizi.

Abstract

In today's highly competitive landscape driven by globalization, gastronomy tourism is becoming increasingly significant for various destinations. This study aims to assess the current state of gastronomy tourism in Aksaray Province while identifying its strengths, weaknesses, opportunities, and threats through a SWOT analysis. Additionally, it offers suggestions to enhance the development of gastronomy tourism in the region. The research employed a semi-structured interview method, a qualitative approach, conducting face-to-face interviews with 15 participants, including managers, employees, tourism academicians, and other stakeholders involved in tourism enterprises operating in Aksaray. The data collected from these interviews were analyzed using SWOT analysis and content analysis methods. The findings revealed that Aksaray Province's greatest strength in gastronomic tourism is its location in the Cappadocia region, which boasts a rich culinary culture. However, a significant weakness identified was the inadequate promotion of the region and the lack of local dishes on the menus of food and beverage establishments.

Keywords: Tourism, Gastronomy Tourism, Aksaray, SWOT Analysis.

1. Giriş

Gastronomi, turizm endüstrisinin en önemli unsurlarından biri olarak kabul edilmektedir. Turistler bir destinasyonun çekiciliğini değerlendirirken iklim, konaklama, manzara vb. özelliklerin yanı sıra yiyecek-içecekleri deneyimlemek de en önemli ölçütler arasında yer almaktadır. Seyahatleri sırasında turistler için yeme – içme fizyolojik bir ihtiyaç olmakla birlikte farklı mutfaklar, insanlar, kültür ve gelenekler hakkında

Önerilen Atıf /Suggested Citation

Sert, A.N., 2025, Aksaray İlinin Gastronomi Potansiyelinin Swot Analizi ile Değerlendirilmesi, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 60(1), 426-443.

bilgi edinme fırsatı sumakta, sosyalleşme ve eğlence aracı işlevi de görmektedir. Dolayısıyla turizm deneyimlerinin önemli bir faktörü haline gelen gastronomi turizmi son yıllarda daha fazla ilgi görmektedir (Okumuş ve Çetin, 2018; Sert, 2019).

Gastronomi turizmi yerel gıda üreticilerini ziyaret etme, gastronomi festivallerine katılma, restoranlara gitme ve mutfağıyla adını duyurmuş özel bir bölgeyi görme, deneyimleme ve/veya tadım yapma, yemek kurslarına katılma motivasyonu ile seyahat etmek olarak tanımlanmaktadır (Tsai ve Wang, 2017, Sert, 2019). Diğer bir tanımda yemeklerin yanında yeme alışkanlıklarına da vurgu yapılmış ve gastronomi turizminin bir turist için belirli bölgelerdeki yemeklerin tadımı ve yeme alışkanlıklarını keşfetmesi olduğu belirtilmiştir (Indra, Juliana, Hubner ve Sitorus, 2022). Gastronomi turizmini ifade etmek için mutfak turizmi, gurme turizmi gibi çeşitli terimler birbirinin yerine kullanılmaktadır.

Gastronomi turizmi, birçok destinasyon için önemi giderek artan bir konudur. Belirli ürünler ve mutfaklarla ilişkilendirilerek potansiyel olarak turist çekmenin ve destinasyonları farklılaştırmanın bir yolu olarak görülen gastronomi turizmi rekabet avantajı sağlamak ve bir ülkenin veya destinasyonun markalaştırılmasında temel bir unsur olabilmektedir. Sahip olunan gastronomi mirası ve gastronomi kimliği önemli farklılaşma ögesi olarak kullanılabilir (Henderson, 2009; Hall ve Gossling, 2016). Gastronomi turizmi ayrıca turistlerin karar verme süreçlerinde, memnuniyetlerinde, turizm ürünlerinin ve destinasyonların tanıtım stratejilerinde önemli bir rol üstlenmektedir (Henderson, 2009). Yiyecek ve içecekler çeşitli şekillerde önemli bir turistik çekicilik olmaktadır ve ziyaretçi deneyimini geliştirmekte ya da bu deneyimin merkezinde yer almaktadır.

Gastronomi turizmi aynı zamanda yerel tarım sistemlerinin ve tedarik zincirlerinin turizmden katma değer elde etme fırsatı olarak da görülmektedir (Hall ve Gossling, 2016). Bu nedenle, yiyecek ve içecekler destinasyonlar ve genel olarak turizm gelirlerini artırmada faydalı bir araç olabilmektedir (Henderson, 2009). Öte yandan seyahat sırasında yiyecek ve içecek için yapılan harcamaların toplam seyahat harcamalarının yaklaşık %25'ini oluşturduğu tahmin edilmektedir (Okumuş, 2021). TÜİK (2024) verilerine göre 2024 yılında Türkiye'de yabancı turistlerin yapmış olduğu kişi başı harcama ortalaması 1.019 dolardır. Bu meblağın yaklaşık 236 doları yeme-içme için yapılan harcamalar olduğu belirlenmiştir. En yüksek harcama kalemini oluşturan yeme-içme harcamalarından sonra ulaştırma, paket tur harcamaları, konaklama gelmektedir.

Sadece yöresel yemekleri tatmak, fiziksel ihtiyaçları karşılamak için değil, aynı zamanda farklı kültürleri, insanları, gelenek ve görenekleri tanımanın bir yolu (Okumuş ve Çetin, 2018; Karacaoğlu ve Cankül, 2024) olan gastronomi turizmi akademik çalışmalarda çeşitli açılardan ele alınmıştır. Çalışmalar destinasyon seçiminde oynadığı rol (Okumuş ve Çetin, 2018; Sert, 2019), destinasyon imajı (Karacaoğlu ve Cankül, 2023; Sio, Fraser ve Fredline, 2024), memnuniyet (Björk ve Kauppinen- Räisänen, 2019), deneyim (Tsai ve Wang, 2017; Putra, 2019), destinasyon pazarlaması (Silkes vd, 2013; Williams, Williams ve Omar, 2014; Sotiriadis, 2015; Tsai ve Wang, 2017; Karacaoğlu, 2023a), motivasyon (Güzel ve Apaydın, 2016; Ullah vd., 2023) ve tekrar ziyaret niyeti (Henderson, 2009; Karacaoğlu ve Cankül, 2023), destinasyonların gastronomi turizmi potansiyellerini belirlemek (Londono, 2011; Çelebi ve Sormaz, 2021; Zencir, 2022; Sormaz, Yılmaz, Özata ve Büyükyıldırım, 2023; Özkök, Mutu ve Sormaz, 2023) ile ilgili yapılmıştır. Yapılan çalışmalarda gastronomi turizminin destinasyonun ve yerel halkın ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan gelişmesinde önemli olduğunu ortaya konulmuştur.

Çalışma konusu olarak seçilen Aksaray konumu, tarihi geçmişi, inanç merkezi olması, kültürel kaynakları ve gastronomi bakımından oldukça zengin bir ildir. Buna karşın ilde turizmin istenilen düzeyde olmadığı görülmektedir. Aksaray iliyle ilgili çalışmalarda (Acar, 20216; Altaş, 2016; Tuncer ve Çavuş, 2017; Doğan, 2019) gastronomi turizminden ziyade ilin gastronomik yapısı ele alınmıştır. Destinasyonlarda turizmin geliştirilmesinde önemli bir araç olan gastronomi turizminin Aksaray ilindeki durumunun değerlendirilmesinin ilin gelişimine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Buradan yola çıkarak bu çalışmada, Aksaray ilinin gastronomi turizminin güçlü-zayıf yönleriyle birlikte fırsat-tehditlerin SWOT analizi ile ortaya konulması böylece mevcut durumunun ve potansiyelinin belirlenerek ilde gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik önerilerde bulunulması amaçlanmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve

Gastronominin turizm üzerinde önemli bir etkisi olduğu bilinmektedir. Yiyecek-içecek seyahatlerde vazgeçilmez bir unsur olup yemek ve turizm arasındaki bağlantı oldukça güçlüdür (Björk ve Kauppinen- Räisänen, 2019; Okumuş, 2021). Lezzetli yemeklerin tadını çıkarmak, özel yemekler yemek ve yemekle ilgili kültürel gelenekleri deneyimlemek, modern turistler tarafından sıklıkla aranan deneyimlerdir (Tsai ve Wang, 2017). World Food Travel Association (2020) tarafından "bir yer hakkında fikir edinmek amacıyla o yerin

tadına bakmak için seyahat etme eylemi” olarak tanımlanan gastronomi turizmiyle ilgili farklı açılardan yaklaşılarak çeşitli tanımlar yapılmıştır.

Kültürel açıdan ele alınan tanımda yemek, gastronomi turizminde kültürel deneyimlerin bir aracı olarak görülmektedir (Hornig ve Tsai, 2010). Gastronomi turizmine kültürel açıdan yaklaşan bakış açısına göre gastronomi turizmi, kültür turizminin bir biçimidir; çünkü mutfak, yalnızca bazıları önemli turistik destinasyonlar haline gelse bile, toplum kültürünün ayrılmaz bir parçasıdır. Sonuçta, sadece bir topluluğun veya kültürün yemekleri değil, tüm “yemek kültürü” (yemek pişirme, sofraya düzeni ve gelenekleri vb.) anlatıların, ritüellerin, festivallerin veya kültürel öğelerin temeli haline gelebilir. Dolayısıyla söz konusu bakış açısına göre gastronomi turizmi, bir seyahatte sadece yemek tüketmekten daha fazlasını ifade etmekte olup aynı zamanda belirli bir bölgenin eşsiz mutfak kültürünün ve “yerel bilginin” doğrudan deneyimlenmesi anlamına gelmektedir (Hornig ve Tsai, 2010; Tsai ve Wang, 2017). Başka bir deyişle, gastronomi turizmi farklı kültürlerin öğrenilmesi sürecinden kaynaklanan bir deneyim sağlar. Mutfak artık tüketilen bir şey değil, turizm ürünleriyle ilgili bir özellik veya nitelik haline gelmiştir. Gastronomi turizmi pişirme sürecinden sunum sürecine odaklanmaktan çok daha fazlasını ifade ederek var olan her yiyeceğin tarihsel değerini ve bilgeliğini vurgular. Indra'nın (2022) belirttiği gibi gastronomi turizmi, sadece yemek yemekle ilgili değildir. Örneğin gastronomi turizmi sadece pirinç ile yapılan yemeğin tadıyla ilgilenmez, aynı zamanda pirinç tarlalarına iner, pirinç yetiştirmeyi ve pirinç yerel yöntemlerle pişirmeyi, yemeği öğrenir, hatta yiyecek ve içeceklerin besin değeri hakkında bilgi edinir.

Ellis, Park, Kim ve Yeoman'a (2019) göre ise gastronomi turizmi faaliyet temelli, motivasyon temelli ve karma temelli olarak tanımlanabilmektedir. Faaliyet temelli bakış açısı, gıda turizmini turistlerin gıda ile ilgili deneyimlere katılımına dayalı olarak tanımlar, ancak daha spesifik olarak duyu ve kültürel deneyimlere atıfta bulunabilir. Burada önemli olan gastronomi turizmiyle ilgili faaliyetlere katılmaktır. Motivasyon temelli bakış açısına göre, belirli bir destinasyonun mutfağını veya yemekle ilgili deneyimlerini yaşama arzusu, destinasyon seçimi için önemli bir güdüdür. Buna göre gastronomi turizmini, belirli gıdaları deneyimleme arzusuyla motive edilen seyahat davranışı olarak tanımlanabilmektedir. Karma perspektiften bakıldığında, her iki yaklaşımın birleşmesinden oluşmaktadır. Hem motivasyon hem de faaliyete dayalı bir gastronomi turizmi tanımını içermekte olup, gastronomi turizmi öncelikle yeme-içmeye olan ilgiyle motive olan turistlerin faaliyetinden oluşmaktadır, şeklinde tanımlanmıştır. Bu yaklaşıma göre motivasyon temelli perspektif ile faaliyet temelli perspektif arasındaki kesişimin yadsınamaz olduğu, gastronomi turizminin yalnızca bir 'turist ve ziyaretçi faaliyeti' değil, aynı zamanda 'yeme-içme'ye duyulan ilgiyle motive edilen' bir faaliyet olduğu görülmektedir (Ellis, vd., 2019).

Tanımlara bakıldığında gastronomi turizminde yemekle ilgili faaliyetler aracılığıyla 'öteki'nin deneyimlenmesi ve bu sayede destinasyon ve yerel halk hakkında kültürel öğrenme ve bilgi aktarımının olduğu ileri sürülebilir. Yiyecek ve içecek kültürel deneyimlerin bir aracı olarak görülebilir. Öte yandan gastronomi turizmi yerel yemeklerle etkileşim kurma isteğiyle motive edilen fiziksel deneyimler olarak tanımlanabilir. Tanımlarda ayrıca gastronomi turizmine katılan turistlerin motivasyonları yeme-içmeye olarak belirtilmiştir ancak yeme-içme yanında gastronomi turizmine katılan turistlerin motivasyonu incelendiğinde çeşitli motivasyonların etkili olduğu görülmektedir. Motivasyonlar otantik deneyimler aramaktan yemek etkinliklerine katılmaya kadar uzanmaktadır. Dolayısıyla motivasyon, fizikselden fizyolojiye, güvenlikten kültürel ve sosyal ihtiyaçlara kadar gastronomi turizminin tasarım ve yaratımında kilit bir unsurdur. Aidiyet ve kişisel ihtiyaç motivasyonu, prestij ihtiyacı (gastronomi ve lüks), statü veya kendini gerçekleştirme de buna dahildir (Güzel ve Apaydın, 2016; Ullah vd., 2023).

Genel turistler ile gastronomi turistleri arasında belirgin bir fark olduğu söylenebilir. Bu fark öncelikle gastronomisiyle öne çıkmış bir destinasyonun seçimindeki motivasyon düzeyine bağlıdır. Genel turistler fizyolojik ihtiyaçlarını karşılamak için yiyecek tüketir ve bazıları yerel mutfak deneyimlemekle ilgilenebilirken, yiyeceklerle ilgili faaliyetlerde bulunmak ilk öncelikleri değildir. Ancak, gastronomi turistleri yemek ve yemekle ilgili faaliyetler tarafından yüksek oranda motive edilmektedir (Hall ve Sharples, 2004).

Farklı motivasyonlarla da olsa gastronomi turizmine katılan turistlerin sayısının gün geçtikçe arttığı söylenebilir (World Food Travel Association, 2020). Gittikçe büyüyen gastronomi turizminin ekonomik, kültürel, sosyal, toplumsal, çevresel ve rekabet açısından çeşitli etkileri olduğu ve bazı sonuçlar doğurduğu görülmektedir. Ekonomik açıdan bakıldığında gastronomi turizmi yerel ekonomi üzerinde de önemli bir etkiye sahiptir. Yapılan araştırmalar (Putra, 2017; World Food Travel Association, 2020), bir turistlerin bütçesinin üçte birinin yemek için harcadığını ortaya koymuştur. Öte yandan turistlerin destinasyondaki yiyecek ve içecek harcamaları gıda tüketimini artırarak yerel ekonomide bir çarpan etkisi oluşturmaktadır. Bir yandan yerel üreticilere ve işletmelere fayda sağlarken diğer yandan yerel gıdaya olan talepteki artış dolaylı olarak

hammaddeye olan talebi de artırdığından, o bölge tarafından üretilen yerel hammaddeler bölge halkı için daha fazla istihdam olanağı sağlamaktadır. Turistler destinasyondaki yerel yiyecekleri tüketmenin yanı sıra yiyecek-ıçeceklerle ilgili hediyelik eşyaları da satın almaktadır. Şık ambalajın ve taşıma kolaylığının, uygun fiyatın ve bir yerin tadını ve kokusunu hatırlatmasının gıda hediyelik eşyalarının satın alınmasını artırdığı söylenebilir (Björk ve Kauppinen-Räisänen, 2019; Putra, 2017; World Food Travel Association, 2020). Birçok yerel kalkınma programlarında “yerel ürünler” in üretilmesinin ve satılmasının stratejik kalem olarak yer aldığı görülmektedir. Gastronomi turizminin bir destinasyonda gelişmesiyle birlikte söz konusu yerel ürünler daha tanınır hale gelmekte ve satışları da artmaktadır. Yerel ürünlerin sağlayıcıları genellikle yine yerel küçük veya orta ölçekli çiftçiler ve üreticilerdir. Dolayısıyla gastronomi turizminin yerel üretici ve çiftçileri desteklediği söylenebilir (Londono, 2011).

Gastronomi turizmi aynı zamanda kullanışlı bir rekabet aracıdır. Destinasyonlar diğerlerinden kendilerini ayırmak için farklılaşmaya gitmekte. Bunu da destinasyona özel, simgesel mal ve hizmetler aracılığıyla yapmaktadırlar. Bu noktada gastronomi turizmi destinasyona farklılaşmasını sağlayacak, kimlik kazandıracak karakteristik mal ve hizmetler üretme imkanını sunmaktadır. Böylece, yerel halk bir yandan ekonomik fayda sağlarken diğer yandan kültürel açıdan da kazanımlar elde etmektedirler. Kültürlerinin, gelenek ve göreneklerinin, yaşam tarzlarının en kıymetli sermayeleri olduğunu görebilmektedirler. Kıymetli sermayelerini bir sonraki nesillere miras olarak aktarmak için korumayı daha çok istemektedirler (Putra, 2021; Karacaoğlu ve Cankül, 2023).

Gastronomi turizminin katkılarını sadece ekonomik, kültürel ve rekabet aracı olarak değil sosyal ve toplumsal açıdan da değerlendirmek gerekmektedir. Bir ülkenin gastronomisi, kültürünün bir tezahürü olup yerel gıda pazarları, bir bölgenin kültürel ve turistik deneyiminin önemli unsurları olarak kabul edilip, sattığı ürünler sayesinde yerel kimliğini güçlendirdiğine inanılmaktadır. Gastronomi turizminin bir bölgenin kimliğinin güçlendirilmesinde, kültürel mirasın sürdürülmesinde ve yerel karakteristik ürünlerin kaybolacağı ve tek tipleşeceği küresel gıda homojenleşmesi korkularının bertaraf edilmesinde kilit bir rol oynayabileceği öne sürülmektedir. Bu noktadan hareketle gastronomi turizminin, yiyecek ve ıçecekte yerel, geleneksel ve otantik olana dayandığı için sanayileşme sonrası toplumda, toplumun “McDonalddlaştırma” sürecine çok iyi bir alternatif olduğu öne sürülmektedir (Londono, 2011). Zira etkileşimli yeni deneyimlere duyulan arzu, ister yemek pişirme dersleri, bira ve/veya şarap turları, çiftlik turları ve yemek tadımı olsun, isterse de sadece gidilen yerin mutlaka yenmesi gereken yemeklerini yemek ya da bu yemeklerin yapım ritüelini gerçekleştirmek olsun modern turist motivasyonlarının bir temsilidir.

Gastronomi turizminin çevresel açıdan da olumlu etkileri vardır. En basit şekliyle tüketilen yerde üretim yapıldığı için yakıt kullanımı azalmakta ve çevre kirliliğinin önlenmesine katkı sağlanmaktadır. Ayrıca çevresel kaynakların optimum ve sorumlu kullanımını da teşvik etmektedir (Ellis vd., 2019). Görüldüğü gibi gastronomi turizmi, destinasyon, yerel halk, kamu ile işletmeler açısından toplumsal, sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel olarak birçok olumlu sonuçlar doğurmaktadır. Söz konusu sonuçları ortaya çıkaran gastronomi turizminin gerçekleşmesini sağlayan bazı kaynaklar vardır. Tesisler, faaliyetler ve organizasyonlar olmak üzere üç başlık altında toplanan kaynaklar gastronomi turizmi için önemli araçlardır denilebilir.

Gastronomi Turizmi Kaynakları (Londono, 2011) :

1. Tesisler: Yiyecek-ıçeceklerin üretilmesi, hazırlanması ve dağıtımını ile ilgili binaları/yapıları ve arazi kullanımlarını ifade eder. Söz konusu binaları/yapılar ve araziler, kendin topla ve pişir yerlerinden gıda işleme faaliyetlerinin yapıldığı alanlara, oradan da restoranlara kadar uzanır. Yöresel pazarların kurulduğu açık/kapalı pazar yerleri de gastronomi turizmi için gerekli tesislerden sayılmaktadır. Ayrıca, aşçılık okullarının bulunduğu, tadımların yapıldığı veya gastronomiyle ilgili kitap ve dergilerin okunmasına imkan veren binalar/yapılar da önemli tesislerdendir.

2.Faaliyetler: Yiyecek-ıçeceklerin, aynı zamanda pişirme araç ve gereçlerinin tanıtıldığı faaliyetleri içerir. Faaliyetlerden bazıları yemeklerin hazırlık süreçlerini, nasıl yapıldığını gözlemlemek, pişirmek, pişirilmesine yardımcı olmak veya çok ünlü bir şefin elinden özel bir yemek yeme olabilir. Yemek ve şarap festivalleri gastronomi turistleri için temel etkinliklerden sayılabilir. Ayrıca yöresel pazarları dolaşma, tadım yapma ile yöresel yemek yarışmaları da ilgi gören etkinlikler arasındadır. Faaliyetler arasında aşçılık okullarına gitmek, tadım yapmayı öğrenmek ve gıda ile ilgili kitap ve dergileri okumak gibi eğitim fırsatları yer almaktadır. Bununla birlikte yerel halkın evlerinde geleneksel yemekleri geleneksel biçimde yemek, sokak lezzetlerini deneyimlemek popüler faaliyetlerdendir. Tohum, çiçek, bitki gibi yöreye özgü çeşitli malzemeleri toplamak veya hasada katılmak da turistlerin katıldığı faaliyetlerdir.

3. Organizasyonlar: Slow Food, aşçılık kulüpleri, meslek birlikleri gibi organizasyonlar gastronomi turizminin gelişmesine katkı sunmak ve gastronomi turistlerine daha iyi hizmet verebilmek için kurulmuşlardır.

Gastronomi turizmi yukarıda sayılan kaynakları kullanarak turizm endüstrisi içinde her geçen gün daha önemli bir yere sahip olmaktadır. Tesisleri, yapılan faaliyetleri ve organizasyonlarıyla gastronomi turizmi adından söz ettirmektedir. Bu durumu sağlayan sebepler şöyle sıralanabilir (Londono, 2011; Hall ve Gossling, 2016) :

- Gastronomi ve mutfak odaklı turistlerin yüksek getirili pazarlar olması,
- Gastronomi turizmini kültür ve doğa temelli turizm çeşitleriyle, festivaller ve etkinliklerle ilişkilendirmenin kolay olması,
- Sınırlı istihdam kapasitesine sahip kırsal alanlarda istihdam fırsatları sağlamanın bir yolu olarak gastronomi turizminin emek yoğun doğası gereği iş olanakları sunması,
- Bölgeyle, şehirle özdeşleşmiş oraya has yiyeceklerin, içeceklerin ve yemeklerin imaj oluşturmada kolaylaştırıcı gücünün olması,
- Bir bölgenin gastronomisi, bir turizm ürünü olarak yaşam döngüsünde düşüş yaşayan bir turizm destinasyonunu yeniden canlandırmaya yarayan bir “motor” görevi görebilmesi,
- Gastronomi turizmi çerçevesinde yapılan faaliyetlerin her mevsim yapılabilmesi nedeniyle turizmin dört mevsime yayılmasını sağlamasıdır.

Gastronomi turizmi sadece yemek yeme değildir. Turistler için gastronomi turizmi 'kültürel deneyim' (otantik deneyim ve kültürel öğrenme), 'duyusal çekicilik' (tat, koku, dokunma vb. yoluyla duyusal zevk), 'kişiler arası ilişkiler' (deneyim yoluyla sosyal etkileşim), 'heyecan' (heyecan verici ve farklı deneyim, kaçış) ve 'sağlık kaygısı' (refahı artırmak) ile ilgilidir. Keyifli ve unutulmaz bir deneyim olarak algılanmaktadır ve anlam üretmektedir.

Gastronomik unsurlar şehirler için önemli bir turizmi geliştirme aracı olabilmektedir. Konumu, tarihi ve doğal güzellikleriyle ilgi çeken Aksaray ili gastronomi açısından da zengin bir kaynağa sahip olduğu görülmektedir. Aksaray ilinin sahip olduğu turizm potansiyeli ve gastronomik unsurların ortaya konulması ilin gastronomi turizmi açısından gelişimine katkı sunacaktır.

3. Aksaray İlinin Turizm Potansiyeli ve Gastronomik Unsurları

Çalışmanın konusu olan Aksaray ili, İç Anadolu bölgesinde bir kavşak olup Nevşehir, Kayseri, Niğde, Konya, Ankara ve Kırşehir illeriyle komşudur. İç Anadolu Bölgesi'nin tam ortasında yer il birçok şehrin geçiş noktası konumundadır. İl, İpek Yolu üzerinde “Güzel atlar ülkesi” anlamına gelen Kapadokya bölgesinde yer almaktadır. Cumhuriyet dönemine kadar Konya'ya bağlı bir sancak olan Aksaray 1920 yılında il olmuş, ancak 1933 yılında il olmaktan çıkarılıp Niğde'ye ilçe olarak bağlanmış, 1989 yılında ise yeniden il yapılmıştır. Aksaray'ın 1989 yılında il olmasıyla ve 1997 yılında kalkınmada öncelikli iller arasına girmesiyle birlikte hızla göç almaya başlamıştır.

Aksaray'ın tarihi M.Ö 6-10 bin yıllarında insanoğlunun ilk yerleşik hayata başladığı Neolitik hatta Paleolitik çağa kadar dayanmaktadır. Neolitik çağdan bugüne kadar birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış olan Aksaray, tarih öncesi çağlardan başlayarak sırasıyla “Hititler, Firikler, Lidyalılar, Persler, Kapadokya Krallığı, Helenistik Dönem (Büyük İskender), Romalılar, İlhanlılar, Danişmendiler, Selçuklular, Karamanoğulları ve Osmanlılar” egemen olmuştur. Aksaray'ın adının ilk olarak eski Hitit metinlerinde geçen “Nenessa” (Nenossos) olduğu sanılmaktadır. Sonrasında Helenistik dönemde Kapadokya Krallığı'na bağlanmış ve Garsaura olan ismi Arkhelais olmuştur. Selçuklular döneminde ise II. Kılıçarslan Arkhelais'ı Aksaray olarak değiştirmiştir Aksaray bu dönemde şehre kötü insanların alınmamasından dolayı iyi insanların yaşadığı yer anlamına gelen "Şehr-i Süleha" olarak anılmıştır (Aydemir, 2023, Aksaray İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024).

Roma İmparatorluğu döneminde Anadolu'da hızla yayılan Hıristiyanlık M.S 202 yılında yasaklandığında yer altına inmiştir. Kapadokya bölgesinde yer alan Aksaray ve çevresinde yer altı şehirleri yapılmıştır. Bu dönemde Roma İmparatorlarının gazabından kaçıp saklanmak isteyen Hıristiyanlar özellikle Güzelyurt ve Gülağaç sınırları içinde kayaları oyarak çok sayıda yeraltı şehri inşa edip buralarda yaşamış ve vadiler içinde bulunan dik yamaçları oyup kaya içi kiliseler yapmışlardır.

Aksaray gerek konumu gerek düz ve geniş araziye sahip olması gerekse de iklimi nedeniyle toprakları üzerinde yaşamış her devlet için önemli bir şehir olmuştur. Bulunduğu konum itibarıyla bir kavşak niteliği olmasından dolayı Persler zamanında oldukça işlek olan önemli ticari yollar “Kral Yolu” ile tarihi “İpek Yolu” Aksaray’dan geçmekteydi (Tuncer ve Çavuş, 2017).

Aksaray tasavvufi yönünün güçlü olmasıyla da adından söz ettirmektedir. Evliya Çelebi seyahatnamesinde Aksaray’da 7 binden fazla evliyanın yaşadığı bu şehrin evliyalar şehri olarak anılmakta olduğunu anlatmaktadır. Taptuk Emre, Yunus Emre, Cemâleddini Aksarâyî, Şeyh Hamîdüddini Aksarâyî (Somuncu Baba), Yûsuf Hakîkî Baba gibi öne çıkmış tasavvuf alimleri Aksaray'da yaşamışlardır (Aksaray İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024).

Selçuklular döneminin önemli şehirlerinden biri olan Aksaray’da döneme ait çok sayıda saray, medrese, zaviye ve kervansaraylar vardır. Örneğin Sultan Han'ı, İpek Yolu üzerindeki en büyük kervansaraydır. Aksaray’da tarihöncesi çağlardan başlayarak topraklarında hüküm sürmüş tüm uygarlıklardan, devletlerden günümüze birçok tarihi eser kalmıştır. Tarihi eserlerin yanında kültürel miras bakımından zengindir. Eşsiz coğrafi yapısı ve doğal güzellikleri ile de dikkat çekmektedir. Aksaray sahip olduğu değerlerle önemli bir turizm potansiyeline sahiptir.

Şehrin sahip olduğu tarihi, kültürel, doğal ve manevi zenginlikleri ile coğrafi yapısı yöresel gıdalara, yeme-içme kültürüne yansıdığı görülmektedir (Tuncer ve Çavuş, 2017). Aksaray’da, tahıl üretiminin yaygın olması nedeniyle tahıldan yapılmış yiyeceklerin, hamur işinin yaygın olduğu söylenebilir. Bununla birlikte hayvancılığın özellikle de küçükbaş hayvancılığın gelişmiş olması koyun etini öne çıkarmaktadır. Verimli bağ ve bahçelerden hasat edilen sebze ve meyveler ile bunlardan yapılan pekmez mutfağa zenginlik katmaktadır (Doğan, 2019; Aydemir, 2023).

Bir yerin tarihi, kültürel mirası, ev sahipliği yaptığı uygarlıklar o yerin mutfağını, yeme-içme alışkanlıklarını, yöresel yemeklerini etkilemekte ve şekillendirmektedir. Aksaray’ın Selimiye ve İhlara vadisini içine alan birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış olan Selçuklular zamanında “Gelveri” günümüzde “Güzelyurt” olarak adlandırılan ilçe buna güzel bir örnek teşkil etmektedir. 1924 yapılan büyük mübadele ve ilçede yaşayan Rum halkı yöre mutfağını etkilemiştir. Uzun zaman bir arada yaşamış olan yöre halkının etkileşimi kendini Gelveri Tava, Gelveri Pekmezi ve Gelveri Ekmeğinde göstermektedir (Acar, 2016). Aksaray zengin yöresel yemeklere sahiptir. Bunlardan bazıları coğrafi işaret almıştır. Coğrafi işaretli ürünler “Tulum Kebabı”, “Hasandağı Testi Kebab”, “İncecek Tatlısı”, “Aksaray Tahinlisi”, “Aksaray Şeker Böreği”, “Aksaray Şerbetli Pidesi”, “Gelveri Ekmeği”, “Aksaray Köpük Helvası”, “Un kurabiyesi/Asker Kurabiyesi”, “Eşmekaya Yoğurdu” ve “Çerezlik Ayçekirdeği”dir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2024).

Tablo 1. Aksaray İline Ait Yemekler

Çorbalar	Arabaşı Çorbası, Cavırcık Çorbası, Gevrekli Sütlü Aş, Kuru Bamya, Çorbası, Tandır Çorbası, Yarma Tarhana Çorbası, Katıklı Aş
Ana Yemekler	Aksaray Tavası, Gelveri Tavası, Halep, Herse, Çiriş Yemeği, Evelik Aşı, Hasan Dağı Testi Kebabı, Batırık, Çullama, Fırek Çatlatması, Ayva Borani, Tulum Kebabı
Hamur İşleri	Aksaray Mantısı (Muska Mantı), Kabak Böreği, Aksaray Tahinlisi, Kaymaklı Börek, Mayalı, Süt Ekmeği, Sıkma, Sac Böreği, Aksaray Şeker Böreği, Gelveri Ekmeği
Tatlılar	Aside, İncir Uyumtu, Kabak Ağdası, Bulama Helvası, Güğücük Tatlısı, Kuymak, İncecek Tatlısı, Sütlü Kabak, Kara Erik Kavurması, Öküz Helvası, Kaymaklı Baklava, Kaygana (Kapama), Aksaray Köpük Helvası, Un kurabiyesi/Asker Kurabiyesi

Kaynak: Aydemir, 2023.

Tablo 1’de Aksaray iline özgü yemekler çorba, ana yemek, tatlı ve hamur işleri olmak üzere zengin çeşitlere sahiptir.

Aksaray’da yöresel mutfağı, yemekleri gelecek nesillere aktarmak için çeşitli faaliyetler yapılmaktadır. Bunlardan biri de “Aksaray Yöresel Yemek Yarışması”dır. Yarışma 2016 yılından buyana Aksaray İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından düzenlenmektedir. Yarışmacılar sadece Aksaray yöresine ait yemekleri yaparak yarışmaya katılabiliyorlar. Değerlendirme yemeğin yöresel olması, lezzeti, sunumu ve görünüşü, adı

ve tarife uygunluğu, rengi, kokusu olmak üzere 6 başlıkta değerlendirilmektedir. Yarışma en son 2023 yılında yapılmıştır (Aksaray İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024).

Aksaray mutfağında, 1924'te Yunanistan'daki Türkler ile Anadolu'daki Rumların mübadelesinden (Büyük Mübadele) kaynaklanan göçmen mutfağının etkilerini görmek mümkündür. Aksaray mutfağında koyun eti, sebze ve tahıllarla oluşan zengin bir mutfak mevcuttur. Gastronomi zenginliği yanında Aksaray coğrafi konumu, iklimi doğası ve tarihiyle birçok turizm çeşidi için çok müsaittir. Örneğin Aksaray İli sınırları içinde bulunan Tuz Gölü kuş varlığı yönünden Türkiye'nin en zengin göllerinden biridir .

Tablo2. Aksaray'da Yapılabilen Turizm Çeşitleri ve Yapıldığı Bölgeler

Turizm Çeşidi	Yapıldığı Bölgeler
Kültür Turizmi	Merkez, Ağaçören, Eskil, Gülağaç, Güzelyurt, Ortaköy, Sarıyahşi, Sultanhanı
Gastronomi Turizmi	Merkez, Ağaçören, Eskil, Gülağaç, Güzelyurt, Ortaköy, Sarıyahşi, Sultanhanı
Doğa Yürüyüşü	Ihlara Vadisi vadi içi yürüyüşü, Tuz Gölü
Atlı Doğa Yürüyüşü	Selime bölgesi
Dağcılık	Hasan Dağı
Bisiklet	Güzelyurt - Selime bölgesi
Kuş Gözlemciliği	Tuz Gölü, Sarıyahşi Hirfanlı Barajı
Yayla Turizmi	Hasan Dağı
Kampçılık	Hasan Dağı, Ihlara bölgesi
Kayak Turizmi	Hasan Dağı
Yamaç Paraşütü	Yuva kasabası Mamatlı Tepesi, Ekecik Dağı
Festival turizmi	Merkez, Güzelyurt, Sultanhanı
Termal Turizmi	Ziga Kaplıcaları, Iısu, Narlıgöl,
Akarsu Turizmi	Melendiz Çayı, Ulurmak
Sportif Olta Balıkçılığı	Mamasun Barajı, Hirfanlı Barajı, Gülağaç, Balcı Göleti, Kültepe Göleti

Kaynak: Orman ve Su İşleri Bakanlığı 8. Bölge Müdürlüğü Aksaray Şube Müdürlüğü, 2013

Tablo 2'de görüldüğü gibi Aksaray farklı turizm çeşitleri için uygundur. Kayak turizminde termal turizme, termal turizminden Akarsu veya festival turizmine kadar birçok turizm için elverişli bir ildir.

Buna karşılık kentin konumu, inanç merkezleri, tarihi eserler, konaklama yerlerinin konumu, kültürel mekanlar, ulaşım kolaylıkları, modern binaların dış görünümü ve doğal güzellileri açısından olması gereken düzeye çok yakın olduğu görülmüştür.

4. Yöntem

Çalışmanın amacı, Aksaray ilinde gastronomi turizminin mevcut durumunu incelemek ve ilin gastronomi turizmi açısından güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditlerini SWOT analizi ile belirlemek ve buna bağlı olarak ilin gastronomi turizminin gelişmesini sağlayacak öneriler sunmaktır.

Çalışmanın amacını doğrultusunda verilerin toplanması için araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılmıştır. İncelediği probleme ilişkin sorgulayıcı, yorumlayıcı ve problemin doğal ortamındaki biçimini anlama uğraşı içinde olan nitel araştırma yöntemi veri toplama gözlem, görüşme, doküman analizi gibi yöntemlerden yararlanmaktadır. Çalışmada kullanılan nitel görüşme

yöntemi az kişiden detaylı bilgiler elde edilen görüşmelerdir. Görüşme yöntemi ile ulaşılmak istenen verinin elde edilmesine yönelik tüm çabaları kapsadığı varsayılmaktadır (Baltacı, 2019).

Bu araştırmanın evrenini Aksaray ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren paydaşlar oluşturmaktadır. Nitel verilerin elde edilmesi amacıyla araştırma örnekleme Aksaray’da turizm hizmetleri sunan paydaşlardan ve akademisyenlerden oluşmaktadır. Örnekleme oluşturmada araştırmada incelenecek olan evreni en geniş yelpazede temsil edebilmek için amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemi kullanılmıştır (Karataş, 2015). Araştırmanın örneklemini 15 kişi oluşturmuştur. Nitel araştırmalarda araştırma konusundaki yeni bilgilerin çok az olduğu veya hiç olmadığı bir noktaya ulaşmak için gerekli veri toplama işlem sayısı olarak tanımlanana “veri doygunluk” derecesine ulaşılan örnekleme büyüklüğünün yeterli olduğu belirtilmektedir (Yağar, 2023).

Araştırmada veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. 2 bölümden oluşan görüşme formunda 1. bölüm 6 sorudan oluşmaktadır. İkinci bölümde ise demografik özelliklere ait 6 soru yer almaktadır. Görüşme formunda yer alan soruların oluşturulmasında ilgili çalışmalardan (Ellis vd., 2018; Chaigasem ve Tunming, 2019; Çelebi ve Sormaz, 2021; Üzülmaz ve Ercan İştin, 2021; Zencir, 2022; Karacaoğlu, 2023b; Tagmanow ve Ulema, 2024) yararlanılmıştır. Veriler 18-25 Aralık 2024 tarihleri arasında çalışmanın örneklemini oluşturan 15 katılımcıdan toplanmıştır. Katılımcılar aranarak randevu alınmış, uygun gün, saat ve ortamda yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Elde edilen veriler içerik analizi kapsamında SWOT analizine tabi tutularak değerlendirilmiştir. Mevcut durumun ortaya konulması, yapılması gerekenlerin belirlenmesi ve daha iyi duruma gelmesi için gerekli önlemlerin alınmasını hedefleyen SWOT analizinin kullanılmasındaki amaç; turistik bölgenin, destinasyonun var olan potansiyelinin ortaya konulması, zayıf ve güçlü taraflarının net bir şekilde belirlenmesi, tüm bunların bir araya getirilerek analiz edilmesi ve analiz sonuçlarına göre uygun stratejilerin oluşturulmasıdır. Destinasyondaki turizm faaliyetleri açısından SWOT analizi; bir destinasyonda belli bir turizm çeşidinin rakiplerine göre avantajlarının ve dezavantajlarının tespit edilip, o turizm çeşidiyle ilgili sahip olunan potansiyeli belirlemek, karşılaşılabilecek fırsatların ve tehditlerin önceden saptanarak elde edilen verilerin stratejik pazarlama planlaması yapılmasında kullanması yöntemidir. *İngilizce Strengths (Güçler, Üstünlükler), Weaknesses (Zayıflıklar), Opportunities (Fırsatlar) ve Threats (Tehditler)* kelimelerinin baş harflerinden meydana gelmektedir (Gökçe, 2006; Benzaghta, Elwalda, Mousa, Erkan ve Rahman, 2021). SWOT analizi, bir destinasyon için alternatif seçenekler üretmek için etkili bir şekilde kullanılabilir. Bu tür teknikler, güçlü ve zayıf yönlerin fırsat ve tehditlerle nasıl eşleştirilebileceğini net bir şekilde ortaya koyabilir (Benzaghta vd., 2021). SWOT analizinin amacı, bir destinasyonun iç ve dış çevresi hakkında sahip olduğu bilgiyi kullanmak ve stratejisini buna göre formüle etmektir (Sammuto-Bonnicci ve Galea, 2015). İç analiz, kuruluşun sahip olduğu kaynakları, yetenekleri, temel yetkinlikleri ve rekabet avantajlarını belirlemek için kullanılır. Dış analiz ise rakiplerin kaynaklarına, endüstri çevresine ve genel çevreye bakarak pazar fırsatlarını ve tehditlerini belirler. Güçlü yönler bir kuruluşun, destinasyonun hedeflerine ulaşmasını kolaylaştıran iç unsurları ifade ederken, zayıf yönler kuruluşun başarısını engelleyen iç unsurlardır. Fırsatlar bir kuruluşun hedeflerine ulaşmasına yardımcı olan harici unsurlar sadece olumlu çevresel unsurlarla sınırlı değil, aynı zamanda eksiklikleri gidermek ve yeni faaliyetler başlatmak için de fırsatları kapsar. Öte yandan tehditler, kuruluşun dış çevresinin hedeflerine ulaşmasına engel olan veya potansiyel engel teşkil eden yönleridir. (Sammuto-Bonnicci ve Galea, 2015; Benzaghta vd., 2021)

Araştırmanın amacına ulaşmak için aşağıdaki sorular sorulmuştur.

1. Aksaray’ın, gastronomi turizmi potansiyelini değerlendirir misiniz?
2. Aksaray’ın gastronomi turizmi açısından güçlü yönleri nelerdir?
3. Aksaray’ın gastronomi turizmi açısından zayıf yönleri nelerdir?
4. Aksaray’ın gastronomi turizmi açısından mevcut ve gelecekteki fırsatları nelerdir?
5. Aksaray’ın gastronomi turizmi açısından mevcut ve gelecekteki tehditleri nelerdir?
6. Aksaray’ın gastronomi turizminin geliştirilebilmesi için hangi stratejiler geliştirilmelidir?

5. BULGULAR

Bu bölümde yarı yapılandırılmış görüşme formuyla katılımcılardan görüşme yoluyla elde edilen verilerin analizi sonucunda ortaya çıkan bulgulara yer verilmiştir. Bu kapsamda araştırmaya dahil olan katılımcıların

demografik özellikleri, içerik analizi kapsamında yapılan SWOT analizi sonucunda ortaya çıkan bulgulara yer verilmiştir.

Araştırmanın amacına yönelik hazırlanan görüşme formlarını cevaplayana katılımcılara ait demografik bilgiler Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

	n	%
Cinsiyet		
Kadın	6	40.0
Erkek	9	60.0
Yaş		
25-30	3	20.0
31-45	7	46.7
46-60	5	33.3
Eğitim		
İlköğretim	1	6.7
Ortaöğretim	5	33.3
Lisans	6	40.0
Lisansüstü	3	20.0
TOPLAM	15	100.0

Tablo 3 incelendiğinde katılımcıların %60’nın erkek ve %40’nın kadın olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların %46.7’si 31-45 yaş aralığındadır. Eğitim durumlarına bakıldığında ise, araştırmaya katılanların %40’nın lisans mezunu olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4. Mesleki Bilgiler

	n	%
Mesleki eğitim		
Mesleki diploma	4	26.7
Ustalık/Kalfalık Belgesi	8	53.3
Herhangi bir belgesi yok	3	20.0
Mesleği		
İşletme Sahibi	7	46.7
Yönetici	5	33.3
Akademisyen	3	20.0
Meslek Süresi		
5 yıldan daha az	2	13.3
6-10 yıl	5	33.3

11-20 yıl	7	46.7
21-30 yıl	1	6.7
TOPLAM	15	100.0

Tablo 4’de katılımcıların mesleki bilgileri yer almaktadır. Katılımcıların %53.3’ü ustalık/kalfalık belgesine sahip olup, %20.0’sinin herhangi bir belgesi bulunmamaktadır. Katılımcı %46.7’si işletme sahibi olup %20’si akademisyenlerden oluşmaktadır. Katılımcıların %46.7’sinin 11-20 yıl arasında mesleklerini yaptıkları görülmektedir.

Tablo 5. Katılımcıların Aksaray’ın Gastronomi Turizmi Potansiyeline İlişkin İfadeleri

İfadeler	n	%
Yüksek	7	46,7
Orta	6	40,0
Düşük	2	13,3
TOPLAM	15	100,0

Tablo 5’te görüldüğü gibi katılımcıların 86,7’si Aksaray ilinin gastronomi potansiyelin yüksek olduğunu düşündüğünü göstermektedir.

Aksaray ilinin gastronomi turizmiyle ilgili güçlü yönlerine ait katılımcılardan edinilen bilgiler tablo 6’da yer almaktadır.

Tablo 6. Aksaray İlinin Gastronomi Turizmi Bakımından Güçlü Yönleri

Güçlü Yönleri	n	%
Kapadokya Bölgesinde yer alması	13	86.7
Mübadele ile gelen göçmenlerin katkılarıyla farklı lezzetlere ve zengin mutfak kültürüne sahip olması	11	73.4
Organik üretimin her geçen gün artması	10	66.6
Coğrafi işaretli ürünlerin olması	6	40.0
Geleneksel yöntemlerle üretilen ürünlerin sayıca çokluğu	6	40.0
Önemli bir tarihi ve kültürel mirasa sahip olması	5	33.3
Doğa temelli turizm çeşitlerinin yapılması için zengin doğal kaynaklara sahip olması	5	33.3
Ulaşımın kolay olması	4	26.7

Güçlü yönlere dair katılımcıların verdiği cevaplara bakıldığında ilin rağbet gören bir turizm bölgesi olan Kapadokya Bölgesinin önemli bir şehri olması öne çıkmaktadır (%86.7). Farklı lezzetlere ve zengin mutfak kültürüne sahip olması (%73.4) öne çıkan diğer bir ifadedir. Kurtuluş Savaşından sonra yapılan mübadele ile Yunanistan’dan gelen Türklere ait yemekler ve mutfak kültürü gastronomik zenginlik oluşturmuştur. Organik üretim yapan işletmelerin çoğalması (%66.6) böylece yöreye özgü ürünlerin organik üretilmesi gastronomik yönden önemli bir gelişmedir. Aksaray ilinin, organik ve geleneksel yöntemlerle üretilen ürünlere sahip olması (%40.0) özellikle tahin, pekmez ve üzüm gibi yöresel ürünler güçlü yanlarını oluşturan diğer bir etken olarak görülmektedir. Tarihi ve kültürel çekim merkezlerine sahip olması (% 33.3) güçlü bir yan olarak ileri sürülmüştür. Katılımcılar ayrıca ilin doğa temelli birçok alternatif turizm çeşitlerinin yapılmasını sağlayacak doğal kaynaklara sahip olduğunu (%33.3) bu özelliğin gastronomi turizmini destekleyen bir güç olduğunu belirtmişlerdir. İle ulaşımın kolay olması (%26.7) kavşak noktasında bulunması da güçlü bir yan olarak ifade edilmiştir.

Tablo 7. Aksaray İlinin Gastronomi Turizmi Bakımından Zayıf Yönleri

Zayıf Yönleri	n	%
İlin gastronomi zenginliğinin yeterince tanıtılmaması	12	80,0
Yerel işletmelerin yöresel yemeklere, tatlara menülerinde yer vermemeleri	11	73.4
Eğitimli iş gücü eksikliği	10	66.6
Coğrafi işaretli ürünlerin ticari hale getirilememesi	8	53.3
Gastronomi festivallerinin, yarışmalarının, etkinliklerinin olmaması	7	46.7
Yöresel yemeklerin sadece evlerde yapılması	6	40.0
Yöresel yemeklerin tariflerinin kayda geçirilmemesi	5	33.3
Turizm mevsiminin sezonluk olması	5	33.3

Katılımcıların ifadelerinde Aksaray ilinin gastronomi turizmi açısından zayıf yönleri en çok tanıtımın yapılmaması (%80) ve yerel işletmelerin menülerinde geleneksel yiyecek ve içecekler yer vermemeleri (%73.4) olarak belirtilmektedir. İşletmelerde çalışacak eğitimli iş gücü eksikliği (%66.6) zayıf yönlerden biri olarak gösterilmiştir. Coğrafi işaretli ürünlerin ticari hale getirilememesi (%53.3), gastronomi etkinliklerinin olmaması (%46.7) ve Yöresel yemeklerin sadece evlerde yapılması (%40.0) ve kayda geçirilmemesi (%33.3) de zayıf yönleri oluşturmaktadır. Turizm mevsiminin sezonluk olması (%33.3) turistlerin belli bir dönemde yoğunlaşması da zayıf yönlerden bir diğeridir.

Tablo 8. Aksaray İlinin Gastronomi Turizmi Bakımından Sahip Olduğu Fırsatlar

Fırsatlar	n	%
Popüler turizm bölgesinde olması nedeniyle bölgedeki turist akışının yoğun olması	11	73.4
Kültür ve inanç turizmi merkezinde yer alması	10	66.6
Gastronomi turizmüne gösterilen ilginin artması	9	60.0
Tarihi zenginliği	8	53.3
Birçok şehrin geçiş noktasında bulunması	8	53.3
Gastronomik malzeme çeşitliliği	6	40.0
Gastronomi turizminin gelişimine yönelik teşvik ve desteklerin olması	4	26.7

Aksaray ilinin gastronomi turizmi açısından fırsatları değerlendirildiğinde katılımcılar en önemli fırsatın ilin çok popüler bir turizm destinasyonunda yer alması (%73.4) ve bu nedenle yoğun turist akışının olduğunu ifade etmişlerdir. İlin kültür ve inanç turizmi merkezinde yer alması (%66.6) da fırsatlar arasında öne çıkmaktadır. Son yıllarda dünyada gastronomi turizmüne gösterilen ilginin artması (%60.0) önemli bir fırsat olarak değerlendirilmektedir. Tarihi geçmişinin getirdiği zenginliği (%53.3) ve bir çok şehrin geçiş noktasında bulunması (%53.3) değerlendirilebilecek önemli fırsatlar olarak görülmüştür. Katılımcıların ifadelerinde gastronomi turizmüne sağlanan teşvik ve destekler (%26.7) fırsat olarak değerlendirilirse de diğer maddeler kadar öne çıkmadığı görülmektedir.

Tablo 9. Aksaray İlinin Gastronomi Turizmi Açısından Karşılaştığı Tehditler

Tehditler	n	%
Üst ve altyapı eksikliği	12	80.0
Restoranlarda yer almaması nedeniyle yöresel yemeklerin unutulabilmesi	10	66.6

İklim değişikliğine bağlı yöresel ürün çeşitliliğinin ve miktarının azalması	7	46.7
Yöresel yemeklerin ve ürünlerin özgünlüğünü koruyamaması	6	40.0
Yerel mutfak mirasına sahip çıkma konusundaki isteksizlik	5	33.3
Yakın çevre illerin gastronomi turistlerini kendilerine çekmeleri	3	20.0

Katılımcıların ifadelerinde gastronomi turizmine yönelik gelişmiş restoran, konaklama ve ulaşım altyapı eksikliği (%80.0) en önemli tehdit olarak yer almaktadır. Evler de bile nadiren yapılan yöresel yemeklerin yeme-içme işletmeleri tarafından da yapılmaması söz konusu yemeklerin unutulmaya yüz tutması (%66.6) tehlikesini ortaya çıkardığı belirtilmiştir. Yöresel ürünler üzerinde iklim değişikliğinin yol açtığı olumsuzlukların (%46.7) ürünlerin miktarı ve kalitesi bakımından tehdit oluşturduğu söylenmiştir. Yöresel yemeklerin ve ürünlerin zamanla özgünlüklerini kaybetmesi (%40.0), yerel halkın bu konudaki isteksizliği (%33.3) olası tehditler arasında sıralanmıştır. Yakın çevrede bulunan illerin gastronomi turistlerini çekmesi (%20.0) diğerleri kadar önemli olmasa da bir tehdit olarak görülmektedir.

6. SONUÇ

Gastronomi turizmi genel olarak turistlerin bir seyahat sırasında yerel gıdaları satın almak ile yerel mutfak ve yiyecek-içeceklerle ilgili faaliyetlere katılması olarak tanımlanabilir (Tsai ve Wang, 2017). Gastronomi turizmine artan ilgiyle birlikte, destinasyonlar, destinasyonun kültürünü temsil eden yerel mutfak, kendilerini tanıtmak, diğer destinasyonlarda ayırt etmek ve daha güçlü rekabet avantajı elde etmek için kullanılmaktadır (Sio, Fraser ve Fredline, 2024). Turizm destinasyonları arasındaki rekabet arttıkça, yerel kültürü, turistleri cezbedecek ve eğlendirecek yeni ürün ve faaliyetler içine alan gastronomi turizmi giderek önemi artan bir kaynak haline gelmiştir. Gastronomi turizminin temelini oluşturan yiyecek-içecekler o yerin özelliklerini yansıtır ve içerikleri, pişirme tarzları ve yiyecekleri servis etme şekilleri o yere özgüdür ve o yerin kültürünün bir parçasıdır. Bunun yanı sıra, yiyecekler coğrafyayı, iklimi, otantikliği, tarihi, kültürü ve nostaljiyi temsil etmekte, dolayısıyla yerel yiyecekler turistler için yerel kültürün daha iyi anlaşılmasını sağlamaktadır (Tsai ve Wang, 2017). Gastronomi turizmi yerel yiyecek ve içecekleri satın almak, tüketmek, deneyimlemek veya nasıl pişirildiğini öğrenmek veya yemek pişirmeyi gözlemlemek için yapılan seyahatlerdir. Gastronomi turizmi, bölgesel yemek kültürü, bölgesel mutfak, restoranlar, yemek festivalleri, etkinlikler, turlar, yemek kursları vb. ile ilgili faaliyetleri ve deneyimleri kapsamaktadır.

Aksaray, gastronomi turizminin gelişmesinde ve bu turizme olan ilginin artmasında kilit rol oynayan kültürel ve tarihi değerler bakımında zengin bir il olduğu görülmektedir. Aksaray'ın gastronomi turizm destinasyonlarından biri olma potansiyeli yüksektir. Dolayısıyla ilin gastronomi turizminin mevcut durumunun ve potansiyelinin belirlenmesi önemlidir. Çalışmada Aksaray ilinin gastronomi turizmiyle ilgili olarak güçlü-zayıf yönleri ile fırsat-tehditleri SWOT analiziyle tespit edilerek mevcut durumu değerlendirmek ve geleceğe dair yapılacak planlamaya katkı sağlamak amaçlanmıştır.

Çalışmadan elde edilen verilere göre Aksaray ilinin gastronomi potansiyelinin yüksek olduğunun düşünüldüğü görülmüştür. En güçlü yanının Kapadokya bölgesinde bulunması olduğu belirlenmiştir. Kurtuluş savaşından sonra yapılan mübadele ile şehre Yunanistan'dan gelen Türklerin hali hazırda var olan mutfak kültürüne katkıları olmuştur. İlin gastronomi değerinin kültürel kaynaşmayla zenginleştiği ifade edilmiştir. Ayrıca, doğal güzellikleri ve tarihî zenginlikleriyle de dikkat çeken Aksaray'ın bu özellikleriyle gastronomi turizmine değer katabileceği ve gelişmesini sağlayacağı görülmektedir. Aksaray, organik ve geleneksel yöntemlerle üretilen ürünlere sahiptir. Özellikle tahin, pekmez ve üzüm gibi yöresel ürünler, gastronomi turizmini destekleyen güçlü yanlarındandır. Doğa temelli birçok turizme elverişli yapısı gastronomi turizmi açısından ili güçlü kılmaktadır.

Çalışmada Aksaray'ın zengin mutfak kültürünün ve yöresel lezzetlerinin yeterince tanıtılmaması zayıf yönlerde öne çıkmaktadır. Yerel işletmelerin menülerinde yöresel yemeklere, coğrafi işaretli ürünlere-yemeklere yer vermemeleri zayıf yönlerden bazılarıdır. Aynı zamandan yerel işletmelerde turizm, servis ve gastronomi alanında eğitim almış nitelikli personel eksikliği bulunduğu bu nedenle ziyaretçilere sunulan hizmet kalitesinin olumsuz etkilendiği belirlenmiştir. Aksaray'ın ünlü yerel ve coğrafi ürünleri, ticari açıdan yeterince değerlendirilemediği ve restoranlarda kullanımının sınırlı kaldığı görülmüştür. Yemeklerin tariflerinin kayda geçirilmemesi ve standart reçeteler oluşturulamaması nedeniyle malzeme farklılıklarının ortaya çıktığı anlaşılmaktadır. Zayıf yönler arasından sezonluk turizm yoğunluğu nedeniyle Aksaray'daki turizmin mevsimsel olarak dalgalanmalar göstermesidir. Özellikle kış dönemlerinde turist sayısındaki düşüş, gastronomi turizmini de olumsuz etkileyerek işletmelerin sürdürülebilirliğini zorlaştırabilmektedir.

Aksaray ilinin gastronomi turizm açısından fırsatları değerlendirildiğinde en önemli fırsatın yerli ve yabancı ziyaretçilerin ilgi odağı olan popüler bir turizm destinasyonun içinde yer laması dolayısıyla da turist akışının yoğun olmasıdır denilebilir. İlin, inanç ve kültür turizminin yoğun olduğu bölgede olması gastronomi turizmi için de önemli bir fırsat oluşturmaktadır. Günümüzde turistler, destinasyonların yemek kültürünü deneyimlemeye artan bir ilgi göstermektedir. Bu talep, Aksaray'ın özgün mutfağını ve yerel lezzetlerini tanıtmak için önemli bir fırsat sunduğu söylenebilir. Aksaray'ın İç Anadolu Bölgesi'nin tam ortasında yer alarak birçok şehrin geçiş noktası konumundadır. Bu stratejik konumun, gastronomi turizmi açısından şehre önemli bir avantaj sağladığı görülmektedir. Tarih öncesi çağlardan bugüne farklı milletlere ve devletlere ev sahipliği yapması ili tarihi açıdan zengin ve çekici kılmaktadır, dolayısıyla gastronomi turistlerin daha çok ilgisini çekmektedir. Bununla birlikte gastronomi turizminin gelişimine yönelik teşvik ve destekler, bölgedeki yerel işletmelerin kapasitesini artırmak için bir fırsat sunmaktadır.

Çalışmadan elde edilen verilere bakıldığında Aksaray ilinin öne çıkan tehdidi üst ve alt yapı yetersizliği olduğu görülmüştür. Yeterli üst ve altyapının bulunmaması, yerel işletmelerin kapasite sınırlılıkları turistlerin Aksaray'ı tercih etmeme riskini artırabilir. Özellikle gastronomi turizmine yönelik gelişmiş restoran, konaklama ve ulaşım altyapısının eksikliği, deneyim kalitesini düşürebilir ve rekabette geri kalmasına yol açabilir. Hatipoğlu, Zengin, Batman ve Şengül'ün (2013) yapmış olduğu çalışmasının sonuçlarına paralel olarak yöresel yemeklere, coğrafi işaretli ürünlere restoranlarda ve genel olarak yiyecek içecek işletmelerinde yer verilememektedir, bu nedenle yöresel yemeklerin unutulabileceği düşünülmektedir. Diğer bir tehdit de iklim değişikliği olarak tespit edilmiştir. İklim değişikliği ve çevresel bozulmalar, Aksaray'ın tarımsal üretimini olumsuz etkileyebilir. Özellikle yöresel ürünlerin temininde zorluk yaşanması, yerel mutfak devamlılığını riske atabilir. Fastfood kültürünün hızla yayılması nedeniyle yöresel yemeklerin ve ürünlerin özgünlüğünü koruyamaması tehdidi oluşabilir. Yöre halkının yerel mutfak mirasına sahip çıkma konusunda çok isteksizlik olmadığı söylenebilir. Yakın çevre illerin gastronomi bakımından güçlü olmaları ve tanıtıma daha çok önem vermeleri nedeniyle gastronomi turistlerini kendilerine çekmeleri mümkün olmaktadır.

Konumu, doğal kaynakları, tarihi, kültürü ve yöresel yemekleri, mutfak kültürüyle gastronomi turizmi açısından önemli bir potansiyeli bulunan Aksaray ilinin tanıtımına daha çok önem verilebilir. Dijital pazarlamanın etkili kullanımı, Aksaray'ın gastronomi turizmini daha geniş kitlelere ulaştırmak için önemli bir araç olarak kullanılabilir. Özellikle sosyal medya, bloglar ve turizm platformları aracılığıyla yapılacak uluslararası tanıtımlar, bölgeyi gastronomi meraklıları için cazip bir destinasyon haline getirebilir. Gastronomi festivali, yarışmaları düzenlenebilir. Böylece yöresel yemeklere, tatlara, ürünlere olan ilgi artabilir ve söz konusu değerler kayıt altına alınarak korunmaları sağlanabilir. Gastronomi festivalleri, yarışmaları yerel lezzetleri tanıtmak için etkili bir platform oluşturabilmektedir. Aksaray'da 2023 yılına kadar 6 kez düzenlenen "Yöresel Aksaray Yemekleri Yarışması"nın yeniden yapılması faydalı olacaktır. Geleneksel yemeklerin sergilendiği, yerel üreticilerin katılımıyla gerçekleşen festivaller, turistlerin ilgisini çekerek şehirde gastronomi turizmine yönelik bir farkındalık yaratabilir. Yerel çiftliklerde, yerel üreticiler tarafından üretilen ürünleri tanıtmak ve bu ürünleri restoranların menülerine eklemek ilin gastronomi turizmine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Yerel ürünlerin kullanıldığı restoranların teşvik edilmesi ve bu işletmelerin desteklenmesi, hem turistlere otantik bir deneyim sunulmasını sağlar hem de yerel ekonomiyi güçlendirir. Bu kapsamda, yerel üreticilerin restoranlara daha kolay erişimini sağlayacak iş birlikleri ve tedarik zinciri geliştirme programları uygulanabilir. Ziyaretçilerin yerel yemekleri pişirme, tadım yapma, ürünü yerinde toplama gibi etkinliklerine katılmalarını olanaklı kılacak rehberli turlar düzenleyerek ilin gastronomi turizmine katkı sağlanabilir.

KAYNAKÇA

Aksaray İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2024). Tarihsel Gelişim.

<https://aksaray.ktb.gov.tr/TR-63607/tarihsel-gelisim.html#:~:text=Aksaray%20tarihi%2C%20g%C3%BCn%C3%BCm%C3%BCzden%2011%20binkap%C4%B1s%C4%B1%20olarak%20tarihteki%20yerini%20alm%C4%B1%C5%9Ft%C4%B1r.>Erişim Tarihi: 5.10.2024.

Altaş, A. (2016). Aksaray İlinin Tanıtımında Yöresel Yemeklerin Kullanılmaması Sorunu ve Muhtelif Çözüm Önerileri, I. *Uluslararası Aksaray Sempozyumu (Kültür, Tarih, Din, Medeniyet)*, 27-29.

Aydemir, D. A. (2023). Yöresel gastronomik ürünlerin değerlendirme kriterleri ile analizi ve coğrafi bilgi sistemleri aracılığıyla Kapadokya Bölgesi gastronomi rotalarının geliştirilmesi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.

Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.

- Benzaghta, M. A., Elwalda, A., Mousa, M. M., Erkan, I., & Rahman, M. (2021). SWOT analysis applications: An integrative literature review. *Journal of Global Business Insights*, 6(1), 54-72.
- Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. (2019). Destination foodscape: A stage for travelers' food experience. *Tourism Management*, 71(1), 466-475.
- Chaigasem, T.; & Tunming, P. (2019). A local cuisine tourism approach to authenticity and a sense of place for Postmodern gastronomy in I-SAN Thailand. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(4), 1-14.
- Çelebi, E. & Sormaz, Ü. (2021). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Balıkesir İli Körfez İlçeleri Gastronomi Turizm Turizminin SWOT Analizi, *Tourism Economics, Management and Policy Research*, 1(1), 20-30.
- Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2019), "What is food tourism?", *Tourism Management*, 68, 250-263.
- Gökçe, F. (2006). Yerel Destinasyonlarda Turizm Potansiyelinin Belirlenmesinde SWOT (FÜTZ) Analizi Tekniği: Giresun Örneği. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi, Hatay.
- Güzel, B., & Apaydın, M. (2016). Gastronomy tourism: Motivations and destinations. *Global issues and trends in tourism*, 394.
- Hall, C. M., & Gossling, S. (Eds.) (2016). Food tourism and regional development: Networks, products and trajectories. Abingdon: Routledge.
- Hatipoğlu, A., Zengin, B., Batman, O., & Şengül, S. (2013). Yöresel yemeklerin, kırsal turizm işletmeleri mönülerinde kullanım düzeyleri: Gelveri örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3(1), 06-11.
- Hornig, J., & Tsai, C. (2010). Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross-national analysis. *Tourism Management*, 31(1), 74-85
- Indra, F., Juliana, J., Hubner, I., & Sitorus, N. B. (2022). Development of gastronomic tourism potential in Pontianak West Kalimantan. *Journal of Information Systems and Management (JISMA)*, 1(5), 28-42.
- Karacaoğlu S., & Cankül D. (2023). Turistlerin yerel mutfak tüketim değerinin tutum, destinasyon imajı ve davranışsal niyet üzerine etkileri: Hatay örneği. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel-JOGHAT* (Online), 6(1), 197- 217.10.33083/joghat.2023.258
- Karacaoğlu S. (2023a). Somut Olmayan Kültürel Miras Kaynağı Olarak Mutfak Kültürünün Turizme Kazandırılmasına İlişkin Öneriler: Bilecik İli Örneği. 7 th. International West Asia Congress of Tourism Research (IWACT 2023), Van, Türkiye, 8- 10 Haziran (ss.196-210).
- Karacaoğlu, S. (2023b). Bilecik ilinin turizm potansiyelinin değerlendirilmesi: Yerel paydaşlar üzerine bir araştırma. *TURAR Turizm ve Araştırma Dergisi*, 12(1), 52-93.
- Karacaoğlu, S., & Cankül, D. (2024). The effects of food neophobia and openness to different cultures on ethnic food consumption: The case of tourism students. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*.1-13.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri, *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Londono, M.D.P. L. (2011). Gastronomy tourism: an opportunity for local development in Catalonia? A stakeholder analysis, 51st Congress of the European Regional Science Association: "New Challenges for European Regions and Urban Areas in a Globalised World".
- Okumuş, B., & Cetin, G. (2018). Marketing İstanbul as a culinary destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 340-346.
- Okumuş, B. (2021). Food tourism research: A perspective article. *Tourism Review*, 76(1), 38-42.
- Orman ve Su İşleri Bakanlığı 8. Bölge Müdürlüğü Aksaray Şube Müdürlüğü (2013). *Aksaray İli Doğa Turizmi Master Planı 2013-2023*. Aksaray.
- Özkök, G. A., Mutu, O., & Sormaz, Ü. (2023).Sürdürülebilir turizm kapsamında silivri ilçesinin gastronomi turizmi potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 4(1), 165-181.

- Putra, M. K. (2019). Gastronomy tourism: local food and sustainable tourism experience—case study Cirebon. In *Proceedings of the 1st NHI Tourism Forum—Enhancing Innovation in Gastronomic for Millennials; SCITEPRESS—Science and Technology Publications: Bandung, Indonesia* (pp. 19-29).
- Sammut-Bonnici, T., & Galea, D. (2015). SWOT analysis. *Wiley Encyclopedia of Management*, 1-8.
- Sert, A. N. (2019). The effect of local food on tourism: Gaziantep case. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18(4), 1611-1625.
- Sio, K. P., Fraser, B., & Fredline, L. (2024). A contemporary systematic literature review of gastronomy tourism and destination image. *Tourism Recreation Research*, 49(2), 312-328.
- Sormaz, Ü., Yılmaz, M., Özata, E., & Büyükyıldırım, C. (2023). Burdur ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi, *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(2), 1262-1279.
- Tagmanow, U., & Ulema, Ş. (2024). Kazakistan'ın gastronomi turizmi potansiyeli: SWOT analizi üzerine bir araştırma, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 21(2), 408-421.
- Tuncer, M., & Çavuş, S. (2017). Gelişen turizm destinasyonlarından biri olarak Aksaray ilinin alternatif turizm potansiyelinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Özel Sayı-IV, 51-60.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2024). Aksaray Coğrafi İşaret Listesi. <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler> (Erişim Tarihi: 5.10 2024).
- TÜİK (2024). Turizm İstatistikleri. <https://www.tuik.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 10.10. 2024).
- Tsai, C. T. S., & Wang, Y. C. (2017). Experiential value in branding food tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(1), 56-65.
- Ullah, N., Khan, J., Saeed, I., Zada, S., Xin, S., Kang, Z., & Hu, Y. (2022). Gastronomic tourism and tourist motivation: Exploring northern areas of Pakistan. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(13), 7734.
- Üzülmez, M., & Ercan İştin, A. (2021). Evaluation of Osmaniye province gastronomy tourism potential by SWOT analysis, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(116), 88-110.
- Zencir, B. (2022). Afyonkarahisar ili gastronomi turizmi potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Anadolu Üniversitesi Mesleki Eğitim ve Uygulama Dergisi*, 1(2), 13-36.
- Yağar, F. (2023). Nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğünün belirlenmesi: veri doygunluğu. *Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 138-152.
- World Food Travel Association. (2020). What Is Food Tourism? <https://www.worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism> (Erişim Tarihi:11.10.2024).

Arastırma Makalesi

Aksaray İlinin Gastronomi Potansiyelinin Swot Analizi ile Değerlendirilmesi

Evaluation of Gastronomy Potential of Aksaray Province With Swot Analysis

Ayşe Nevin SERT

Doç.Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Turizm Fakültesi

nevin.sert@hbv.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0003-0751-9377>

Extensive Summary

Gastronomy is considered one of the most significant components of the tourism industry. When evaluating the attractiveness of a destination, tourists view the experience of food and beverages as a key criterion, alongside factors such as climate, accommodation, and scenery. While eating and drinking are physiological necessities for tourists during their travels, these activities also offer opportunities to learn about different cuisines, cultures, and traditions, serving as a means of socialization and entertainment. Consequently, gastronomy tourism, which has emerged as a vital aspect of tourism experiences, has garnered increased attention in recent years (Okumuş & Çetin, 2018; Sert, 2019).

Gastronomy tourism is defined as travel motivated by the desire to visit local food producers, attend gastronomy festivals, dine in restaurants, and experience or taste the unique culinary offerings of a region known for its cuisine. It may also include participation in cooking classes (Tsai & Wang, 2017; Sert, 2019). Another definition emphasises eating habits and suggests that gastronomy tourism allows tourists to discover the flavours and eating habits of a particular region (Indra, Juliana, Hubner, & Sitorus, 2022). Terms such as culinary tourism and gourmet tourism are often used interchangeably to describe gastronomy tourism.

Furthermore, gastronomic tourism provides an opportunity for local agricultural systems and supply chains to generate additional value from tourism (Hall and Gossling, 2016). Food and drink can thus serve as an effective tool for enhancing the attractiveness of destinations and increasing overall tourism revenues (Henderson, 2009). On the other hand, it is estimated that spending on food and beverages during travel accounts for approximately 25% of total travel expenditure (Okumuş, 2021). According to data from TurkStat (2024), the average per capita expenditure of foreign tourists in Turkey in 2024 was \$1,019, of which approximately \$236 was spent on food and beverages. After food and beverages, the highest expenditure items are transportation, package tours and accommodation.

The province of Aksaray, which is the subject of this study, is located at the crossroads of the Central Anatolian region, neighbouring the provinces of Nevşehir, Kayseri, Niğde, Konya, Ankara and Kırşehir. Situated in the middle of this region, Aksaray serves as a transit point for many cities and is located in the Cappadocia region, famous for its name meaning "land of beautiful horses" along the historic Silk Road. Aksaray was a sanjak of Konya until the Republican period and became a province in 1920. However, it was reclassified as a district under Niğde in 1933 and regained its provincial status in 1989. Following this re-establishment, Aksaray was recognised as a priority province for development in 1997, leading to a rapid influx of immigrants. Historically, Aksaray has been important to every civilisation that has inhabited the area due to its advantageous location, fertile flat land and favourable climate. Its strategic location allowed important trade routes to pass through the region, such as the 'King's Road' and the historic 'Silk Road', which were heavily used during the Persian era (Tuncer and Çavuş, 2017).

The historical, cultural, natural and spiritual wealth of the city is reflected in the local food and culinary traditions (Tuncer and Çavuş, 2017). In Aksaray, grain-based and pastry dishes are prevalent due to the region's significant grain production. In addition, the developed livestock production, especially sheep, highlights the

importance of sheep meat in the local diet. The rich variety of vegetables and fruits harvested from the fertile vineyards and gardens and the molasses produced from them further enrich the local cuisine (Doğan, 2019; Aydemir, 2023).

The aim of this research is to examine the current state of gastronomic tourism in Aksaray province and to identify the strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT analysis) in this field. Based on this analysis, the study aims to provide suggestions for the development of gastronomy tourism in the province. A semi-structured interview method, which is a qualitative research technique, was used to collect data for this study. The population for this study consists of stakeholders in the tourism sector in Aksaray province. Maximum diversity sampling, which is a purposive sampling method, was used for sampling in order to ensure a broad representation of the subject under study. A total of 15 participants were included in the sample. In qualitative research, a sample size that reaches the point of "data saturation", defined as the moment when little or no new information is gained about the research topic, is often considered sufficient (Yağlar, 2023). A semi-structured interview form was used as the data collection instrument for this study. This interview form consists of two sections; the first contains six questions related to the main focus of the study, while the second contains six demographic questions. The questions in the interview form were formulated based on related studies (Ellis et al., 2018; Chaigasem & Tunming, 2019; Çelebi & Sormaz, 2021; Üzülmez & Ercan İştin, 2021; Zencir, 2022; Karacaoğlu, 2023b; Tagmanow & Ulema, 2024).

The data obtained were subjected to SWOT analysis as part of content analysis and evaluated thoroughly. The purpose of using SWOT analysis, which aims to reveal the current situation, to determine what needs to be done and to take the necessary measures for a better situation, is to reveal the existing potential of the touristic region or destination, to clearly identify its weak and strong sides, to analyse all these together and to create appropriate strategies according to the results of the analysis. SWOT analysis in terms of tourism activities in a destination is the method of determining the advantages and disadvantages of a certain type of tourism in a destination compared to its competitors, determining the potential of that type of tourism, determining the opportunities and threats that may be encountered in advance and using the data obtained in strategic marketing planning. It consists of the initials of the English words Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (Gökçe, 2006; Benzaghta, Elwalda, Mousa, Erkan & Rahman, 2021). SWOT analysis can be used effectively to generate alternative options for a destination. Such techniques can clearly reveal how strengths and weaknesses can be matched with opportunities and threats (Benzaghta et al., 2021). Data were collected from 15 participants who constituted the sample of the study between 18-25 December 2024. An appointment was made by calling the participants, and face-to-face interviews were conducted on the appropriate day, time and environment.

According to the data obtained from the study, it is seen that Aksaray province is considered to have a high gastronomy potential. It has been determined that its strongest side is located in the Cappadocia region. The Turks who came to the city from Greece with the exchange after the War of Independence contributed to the already existing culinary culture. It has been stated that the gastronomic value of the city has been enriched with cultural fusion.

In addition, it is seen that Aksaray, which attracts attention with its natural beauties and historical richness, can add value to gastronomy tourism with these features and ensure its development. Aksaray has products produced with organic and traditional methods. Especially local products such as tahini, molasses and grapes are among its strengths that support gastronomy tourism. Its structure favourable to many nature-based tourism makes the province strong in terms of gastronomy tourism. In the study, the inadequate promotion of Aksaray's rich culinary culture and local flavours stands out among the weaknesses. The fact that local businesses do not include local dishes, geographically marked products and dishes in their menus are some of the weaknesses. At the same time, it has been determined that there is a lack of qualified personnel trained in tourism, service and gastronomy in local businesses, so the service quality offered to visitors is negatively affected. It has been observed that Aksaray's famous local and geographical products cannot be sufficiently utilised commercially and their use in restaurants is limited. It is understood that ingredient differences arise due to the fact that the recipes of the dishes are not recorded and standard recipes cannot be created.

When evaluating the opportunities of Aksaray Province in terms of gastronomy tourism, it can be said that the most important opportunity is that it is located in a popular tourist destination that is the centre of attention of domestic and foreign visitors and therefore the tourist flow is intense. The fact that the province is located in the region where religious and cultural tourism is intense creates an important opportunity for gastronomy tourism. Today, tourists are increasingly interested in experiencing the food culture of the destinations. It can be said that this demand provides an important opportunity to promote Aksaray's unique cuisine and local

flavours. Aksaray is located in the centre of the Central Anatolian region and is the crossroads of many cities. This strategic location is seen as an important advantage for the city in terms of gastronomy tourism. Having hosted different nations and states since prehistoric times, the province is rich and attractive in terms of history, so gastronomy attracts more attention from tourists. When the data obtained from the study are analysed, it is seen that the prominent threat of Aksaray province is the inadequacy of superstructure and infrastructure. Lack of sufficient superstructure and infrastructure, capacity limitations of local businesses may increase the risk of tourists not preferring Aksaray. The lack of advanced restaurants, accommodation and transport infrastructure, especially for gastronomy tourism, may reduce the quality of experience and lead to falling behind in the competition.