



Kapadokya Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı

**ANKARA ÇUBUK İLÇESİNİN COĞRAFI İŞARETLİ
ÜRÜNLERİ VE YÖRESEL YİYECEK İÇECEKLERİNİN
GASTRONOMİ TURİZMİ POTANSİYELİ AÇISINDAN
DEĞERLENDİRİLMESİ**

Fulya YILDIRIM

Yüksek Lisans Tezi

Nevşehir, 2023

ANKARA ÇUBUK İLÇESİNİN COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜNLERİ VE YÖRESEL
YİYECEK İÇECEKLERİNİN GASTRONOMİ TURİZMİ POTANSİYELİ
AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Fulya YILDIRIM

Kapadokya Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Nevşehir, 2023

TEŞEKKÜR

Tez çalışmamda değerli görüş ve önerilerini benimle paylaşan, bilgi ve tecrübesi ile yol gösteren tez danışmanım Doç. Dr. Mehmet BAHAR'a, görüşme taleplerimi kabul eden belediye çalışanları, işletme sahipleri ve çalışanları, çalışmama yardımcı olan çok değerli Çubuk halkına, desteklerini esirgemeyen değerli dost ve arkadaşlarıma ve yol arkadaşım bana her daim güç veren canım kızıma teşekkürlerimi sunarım.

Fulya YILDIRIM

ÖZET

YILDIRIM, Fulya. *Ankara Çubuk İlçesinin Coğrafi İşaretli Ürünleri ve Yöresel Yiyecek İçeceklerinin Gastronomi Turizmi Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir, 2023.

Yapılan çalışmanın amacı, Çubuğun yöresel yiyecek içeceklerini tespit edip, unutulmaya yüz tutmuş reçeteleri ortaya çıkarıp kayıt altına alarak, ilçenin yöresel yiyecek içeceklerini ve coğrafi işaretli ürünlerini gastronomi turizmi potansiyeli açısından değerlendirmektir. Çubuğun araştırma sahası olarak seçilmesinin nedeni, gastronomi potansiyelinin olması ve zengin bir mutfığa sahip olduğu varsayımdır.

Araştırmada verilerinin elde edilmesinde nitel araştırma yöntemlerinden, görüşme tekniği kullanılmıştır. Yöresel reçeteleri ve unutulamaya yüz tutmuş reçeteleri kayıt altına alıp gastronomi turizmi potansiyeli açısından değerlendirilip, elde edilen reçetelerin yiyecek içecek işletme menülerinde, ne şekilde yer aldığı, kullanım sıklığı ve ne kadar arttırılabileceği yönünde değerlendirmeler yapılmıştır. Çubuk ilçesinin gastronomi turizm potansiyelinin irdelenmesi, ileriye dönük gelişmesi için Çubuk ilçesi yiyecek içecek alanında faaliyet gösteren işletme sahipleri, çalışanları ve yerel halktan toplam 40 kişi ile görüşme yapılmıştır. Bu kapsamda, araştırmaya katılan gönüllü 40 kişi araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Daha önce yapılan benzer çalışmalarda sorular derlenerek yarı yapılandırılmış iki ayrı görüşme formu hazırlanmış ve kullanılmıştır. Görüşme formu önce yerel halka ve daha sonra Çubuk ilçesinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerine olmak üzere iki aşamalı olarak uygulanmıştır.

Çalışma sonucunda 37 adet yöresel yiyecek ve içecek tarifine ulaşılmıştır. Daha sonra bu yöresel yemekler mutfakta uygulanmış ve fotoğraflanmıştır. Araştırma verileri incelendiğinde Çubuğun gastronomi turizm açısından gün geçtikçe geliştiğini söyleyebiliriz. Bunda her yıl yapılan Uluslararası Çubuk Kültür ve Turşu Festivalinin de etkisi büyüktür. Yapılan bu festivalle ilçeye binlerce ziyaretçi yöresel lezzetleri tatmak ve alışveriş için gelmektedir. İşletmelerin ve yerel halkın yöresel yiyecek içeceklere ve coğrafi işaretli ürünlerine sahip çıkma bilincine ulaşmaları için, bu konuda eğitimler

düzenlenmesine, işletmelere menülerinde daha çok yöresel yiyecek içeceklere yer vermesi için gerekli destek ve teşviklerin sağlanması ve daha fazla reklam, satış, pazarlama alanında çalışmaların geliştirilmesi önerilmektedir.

Anahtar Sözcükler

Gastronomi Turizmi, Yöresel Mutfak, Çubuk İlçesi, Coğrafi İşaretli Ürünler

ABSTRACT

YILDIRIM, Fulya. *Evaluation of Geographically Indicated Products and Local Food and Beverages of Ankara Çubuk District in terms of Gastronomic Tourism Potential*, Master's Thesis, Nevşehir, 2023.

The aim of the study is to identify the local food and beverages of the Çubuk, to reveal and record the recipes that have been forgotten and to evaluate the local food drinks and geographically marked products of the district in terms of gastronomic tourism potential and to develop gastronomic tourism. The reason why the bar was chosen as a research site is the assumption that it has gastronomic potential the study, by identifying the local food and beverages of the Çubuk, revealing and recording the recipes that were almost forgotten, suggestions were made to evaluate the local food drinks and geographically marked products of the district in terms of gastronomic tourism potential and to develop gastronomic tourism. The reason why the bar was chosen as a research site is the assumption that it has gastronomic potential, a rich cuisine.

In the study, interview technique, one of the qualitative research methods, was used to obtain the data. Local recipes and recipes that are about to be forgotten and to evaluate them in terms of gastronomic tourism potential, to evaluate how the obtained recipes are included in the food and beverage business menus, to make evaluations about the frequency of use and how much they can be increased, to examine the gastronomic tourism potential of Çubuk district, to examine what can be done for the future development of Çubuk district business owners and employees operating in the field of food and beverage and A total of 40 local people were interviewed. In this context, 40 volunteers who were interviewed and participated in the study constituted the sample of the research. In similar studies conducted before, a semi-structured interview form was prepared and used by compiling the questions. The interview form was applied in two stages: to the local people and to the food and beverage enterprises operating in Çubuk district.

As a result of the study, 37 local food and beverage recipes were reached. Later, these local dishes were applied in the kitchen and photographed. When the research data are examined, we can say that the bar is developing day by day in terms of gastronomy tourism. The International Çubuk Culture and Pickle Festival, which is held every year, also has a great impact on this. With this festival, thousands of visitors come to the district to taste local delicacies and shop. In order for businesses and local people to reach the awareness of protecting local food and beverages and geographically marked products, it is recommended to organize trainings on this subject, to provide the necessary support and incentives for the enterprises to include more local food and beverages in their menus and to develop more advertising, sales and marketing studies.

Keywords

Gastronomy Tourism, Local Cuisine, Çubuk District, Geographical Indicated Products

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI.....	ii
ETİK BEYAN	iii
TEŞEKKÜR	iv
ÖZET.....	v
İÇİNDEKİLER	ix
TABLolar LİSTESİ.....	xiii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xiv
KISALTMALAR DİZİNİ.....	xvi
GİRİŞ	1
1. BÖLÜM: GASTRONOMİ TURİZMİ	3
1.1. GASTRONOMİ TURİZMİ KAVRAMI VE KAPSAMI	3
1.2. GASTRONOMİ TURİZMİNİN DESTİNASYONLAR AÇISINDAN ÖNEMİ	4
1.3. GASTRONOMİ TURİZMİ TANITIM ARAÇLARI	6
1.4. GASTRONOMİ TURİZMİNİN ULUSLARARASI BOYUTU	7
1.5. GASTRONOMİ TURİZMİNİN TÜRK TURİZMİ KAPSAMINDA YERİ VE ÖNEMİ.....	9
2. BÖLÜM: YÖRESEL YİYECEK VE İÇECEKLER VE COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLER.....	11
2.1. YÖRESEL YİYECEK İÇECEKLER.....	11
2.2. YÖRESEL YİYECEK İÇECEKLERİN DESTİNASYONLAR İÇİN ÖNEMİ	12
2.3. COĞRAFİ İŞARET	13
2.4. COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLERİN ETKİLERİ.....	15
2.5. ÇUBUK COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLERİ	16
3. BÖLÜM: YÖRESEL YİYECEK İÇECEKLERİN VE COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLERİN GASTRONOMİ TURİZMİNE ETKİLERİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: ÇUBUK İLÇESİ ÖRNEĞİ.....	19
3.1. ARAŞTIRMANIN GENEL ANALİZİ.....	19

3.1.1. Araştırmanın Amacı	19
3.1.2. Araştırmanın Önemi	19
3.1.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları	20
3.1.4. Araştırmanın Yöntemi	20
3.1.5. Araştırma Yöntemi Kapsamında Kullanılan Veri Toplama Araçları ...	21
3.1.6. Araştırmanın Evren ile Örneklemi	22
3.1.7. Görüşme Formunun İçeriği ve Uygulanması	23
3.1.8. Araştırma Verilerinin Analizi	25
3.1.9. Araştırmanın Güvenilirlik ve Geçerlilik Kriterlerinin Sağlanması	26
4. BÖLÜM: BULGULAR.....	27
4.1. BİRİNCİ ÖRNEKLEM GRUBUNUN DEĞİŞKENLERİNE İLİŞKİN	
BULGULAR.....	27
4.2. İKİNCİ ÖRNEKLEM GRUBUNUN DEĞİŞKENLERİNE İLİŞKİN	
BULGULAR.....	28
4.3. YÖRESEL YİYECEK İÇECEKLERİN TARİFLERİNİ YEREL HALK	
KATILIMCILARINA ÖĞRETEN ÖĞRETİCİLERİN CİNSİYETLERİNE	
İLİŞKİN BULGULAR	30
4.4. ÇUBUK İLÇESİNE AİT YÖRESEL YİYECEK İÇECEKLERİN	
SINIFLANDIRILMASI.....	30
4.5. ÇUBUK YÖRESEL YEMEKLERİNİN YEREL KATILIMCILAR	
TARAFINDAN BİLİNME DURUMU VE ÇUBUĞA ÖZGÜ UNUTULMAYA	
YÜZ TUTMUŞ YÖRESEL YİYECEK İÇECEKLERİN VE COĞRAFİ	
İŞARETLİ ÜRÜNLERİNE İLİŞKİN BULGULAR	31
4.6. ÇUBUK İLÇESİNDE İŞLETMELERİN İLÇEYE AİT YÖRESEL YİYECEK	
İÇECEKLERİNİN MENÜSÜNDE YER VERMESİNE İLİŞKİN BULGULAR ..	33
4.7. İŞLETMELERİN MÜŞTERİ POTANSİYELİNE İLİŞKİN	
BULGULAR.....	34
4.8. İŞLETME MENÜLERİNDE YER ALAN ÇUBUK YÖRESEL	
İÇECEKLERİN VE COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLERLE İLGİLİ BULGULAR	
.....	35

4.9. İŞLETMELERDE YER ALAN YÖRESEL YİYECEK İÇECEKLERİN VE COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLERİN GASTRONOMİ TURİZMİNE KATKILARINA İLİŞKİN BULGULAR	36
4.10. ÇUBUĞUN GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN EKSİK YÖNLERİ VE GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA YAPILMASI GEREKENLERE İLİŞKİN BULGULAR	38
4.11. YÖRESEL YİYECEK İÇECEKLERİN İŞLETMELERİN TERCİH EDİLMESİNDEKİ ROLÜNE İLİŞKİN BULGULAR	39
4.12. ÇUBUK İLÇESİNİN TANITIMINDA YÖRESEL YİYECEK İÇECEK VE COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLERİN ETKİLERİNE İLİŞKİN BULGULAR.....	41
4.13. ARAŞTIRMA SONUCUNDA ELDE EDİLEN UNUTULMAYA YÜZ TUTMUŞ BAZI REÇETELER VE BAZI YÖRESEL YİYECEK İÇECEK TARİFLERİ	41
4.13.1. Çubuk Yöresel Çorbalar	41
4.13.1.1. Toyga Aşısı.....	42
4.13.1.2. Sakala Sünen Çorba	42
4.13.1.3. Miyane Çorbası.....	43
4.13.1.4. Yalancı işkembe	44
4.13.2. Çubuk Yöresel Hamur İşleri.....	44
4.13.2.1. Tandır Böreği	45
4.13.2.2. Yazma Çöreği	46
4.13.2.3.Döşeme Ekmek	46
4.13.2.4.Tongul	47
4.13.2.5. Cızlama	47
4.13.2.6. Şebit	48
4.13.2.7. Kete	49
4.13.2.8. Hosaman Çöreği	49
4.13.2.9. Mantı.....	50
4.13.2.10. Bazlama	51
4.13.2.11. Gözleme	51
4.13.2.12. Üç Kulak (Hamırsız Çöreği).....	52
4.13.2.13. Soğanlı Pide	53

4.13.2.14. Ele Serpme	53
4.13.3. Çubuk Yöresel Et Yemekleri.....	54
4.13.3.1. Pöçük Aşı.....	54
4.13.3.2. Toğalak	54
4.13.3.3. Nohut Yahni.....	55
4.13.3.4. Kaz Bandırması.....	56
4.13.3.5.Mıhlama	56
4.13.3.6. Kelem Dolması	57
4.13.4. Çubuk Yöresel Sebze Yemekleri.....	57
4.13.4.1. Halep Dolması	58
4.13.4.2. Madımak Yemeği	58
4.13.4.3. Gök Fasulye Biber Kurutması	59
4.13.5. Çubuk Yöresel Tatlıları	60
4.13.5.1. Hoşmerim.....	60
4.13.5.2. Malak Hamuru	60
4.13.5.3. Öküz Helvası.....	61
4.13.5.4. Yoğurt Tatlısı.....	61
4.13.5.5. Karlama (Kar Helvası).....	62
4.13.5.6. Baklava	63
4.13.5.7. Haside Tatlısı	63
4.13.6. Çubuk Yöresel İçecekleri	64
4.13.6.1. Vişne Suyu ve Kompostosu	64
4.13.6.2. Kuşburnu Çayı	65
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	66
KAYNAKÇA.....	69
EK 1. ORJİNALLİK RAPORU.....	77
EK 2. ETİK KURUL İZİN FORMU.....	78
EK 3. GÖRÜŞME FORMU	77
EK 4. ÇUBUK İLE İLGİLİ ALBÜM FOTOĞRAFLARI VE YÖRESEL YİYECEK İÇECEK YAPIMINDA KULLANILAN BAZI ARAÇ-GEREÇLER .	81

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Yiyecek İçecek İşletmelerinden Görüşme Yapılan Kişilerin Demografik Özellikleri	27
Tablo 2. Yerel Halktan Görüşülen Kişilerin Demografik Özellikleri	29
Tablo 3. Öğreticilerin Cinsiyetlerine Göre Dağılımı	30
Tablo 4. Çubuk Yöresel Yiyecek İçeceklerin Sınıflandırılması.....	31
Tablo 5. Çubuk Yöresel Yemeklerinin Yerel Katılımcılar Tarafından Bilinme Durumu ve Çubuğa Özgü Unutulmaya Yüz Tutmuş Yöresel Yiyecek İçeceklerin ve Coğrafi İşaretli Ürünlerine İlişkin Görüşleri	31
Tablo 6. İşletmelerin Yöresel Yiyecek İçeceklere Menülerinde Yer Vermeye ve Verilen Öneme Yönelik Bulgular	33
Tablo 7. İşletmelerin Müşteri Potansiyeli	34
Tablo 8. Katılımcıların İşletme Menülerinde Yer Alan Çubuk Yöresel Yiyecek İçecekler yiyecek ve Coğrafi İşaretli Ürünlerle İlgili Bulgular	35
Tablo 9. İşletmelerin Yöresel Yiyecek İçecek ve Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gastronomi Turizmi Potansiyeline Katkıları Hakkındaki Görüşleri	37
Tablo 10. İşletmelerin Çubuğun Gastronomi Turizmi Açısından Eksik Yönleri ve Gastronomi Turizmi Kapsamında Yapılması Gerekenler Hakkındaki Görüşleri	38
Tablo 11. Çubuk Yöresel Yiyecek İçeceklerin İşletmelerdeki Tercih Edilmesindeki Rolü	40
Tablo 12. İşletmelerin Çubuk İlçesinin Tanıtımında Yöresel Yiyecek İçeceklerin ve Coğrafi İşaretli Ürünlerin Katkısı Hakkındaki Görüşleri	41

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Coğrafi İşaret Ambлемleri.....	14
Şekil 2. Çubuk Turşusu.....	17
Şekil 3. Homaça	17
Şekil 4. Çubuk vişnesi	18
Şekil 5. Toyga Çorbası.....	42
Şekil 6. Sakala Sünen Çorba.....	43
Şekil 7. Miyane Çorbası.....	44
Şekil 8. Yalancı İşkembe	44
Şekil 9. Tandır Böreği.....	45
Şekil 10. Yazma Çöreği	46
Şekil 11. Döşeme Ekmek.....	47
Şekil 12. Tongul.....	47
Şekil 13. Cızlama	48
Şekil 14. Şebit	48
Şekil 15. Kete.....	49
Şekil 16. Hosaman Çöreği	50
Şekil 17. Mantiya hazırlık çalışmaları	50
Şekil 18. Manti.....	50
Şekil 19. Bazlama	51
Şekil 20. Gözleme	52
Şekil 21. İçli	52
Şekil 22. Üç Kulak Çöreği	52
Şekil 23. Soğanlı Pide	53
Şekil 24. Ele Serpme.....	53
Şekil 25. Pöçük Aşı.....	54
Şekil 26. Toğalak	55
Şekil 27. Nohut Yahni	55
Şekil 28. Kaz Bandırması	56
Şekil 29. Mıhlama.....	57
Şekil 30. Kelem Dolaması	57

Şekil 31. Halep Dolması	58
Şekil 32. Madımak Yemeği	59
Şekil 33. Gök Fasulye Biber Kurutması	59
Şekil 34. Hoşmerim	60
Şekil 35. Malak Hamuru	61
Şekil 36. Öküz Helvası	61
Şekil 37. Yoğurt Tatlısı.....	62
Şekil 38. Karlama	62
Şekil 39. Baklava	63
Şekil 40. Haside Tatlısı	64
Şekil 41. Vişne suyu	65
Şekil 42. Kuşburnu	65

KISALTMALAR DİZİNİ

%	: Yüzde
M.Ö.	: Milattan Önce
n	: Frekans
ss.	: Sayfa sayısı
TPE	: Türk Patent Enstitüsü
TUIK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TURSAB	: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
Vd.	: ve diğerleri
yy.	: Yüzyıl

GİRİŞ

Geçmişte deniz, güneş, kum, eğlence ya da kültürel faaliyetler olarak görülen turizm anlayışı, günümüzde artık değişmiştir. Bölgeden bölgeye, ülkeler arasında değişiklik gösteren yeme-içme kültürü, artık insanlar için seyahatlerinin önemli nedenleri arasına girmiştir.

Yöresel yiyecek içecekler destinasyon farkındalığının önemli bir unsurudur. Çubuk ilçesi gibi kırsal yerlerde gastronomi turizmine verilen önemle, yöresel yiyecek içeceği tanıtıcı faaliyetlerle bölgeye gelen ziyaretçi sayısı artırılabilir.

Literatür incelendiğinde Çubuk ilçesine ait yöresel yiyecek içecekler ve coğrafi işaretli ürünlerinin gastronomi turizm potansiyeli açısından değerlendirilmesine yönelik çalışmaların çok az olduğu görülmüştür. .Bu çalışmada, Çubuk ilçesinin yöresel yiyecek içecekleri ve unutulmaya yüz tutmuş reçetelerini tespit edip, gelecek kuşaklara aktarabilmek için kayıt altına almak, oluşturulan bu reçetelerin hangilerinin yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yer aldığı, ilçedeki coğrafi işaretli ürünlerin neler olduğu, ilçenin gastronomi turizm potansiyeli değerlendirilmektedir.

İfade edilen amaç doğrultusunda, çalışmanın birinci bölümünde, gastronomi turizmi kavramı, gastronomi turizmin destinasyonlar açısından önemi, tanıtım araçları, ulusal ve uluslararası boyuttaki yeri ve önemi literatür kısmı yer almaktadır.

İkinci bölümde, araştırmanın amacına uygun, yöresel yiyecek içecekler kavramı, turizm kapsamındaki rolü, yöresel yiyecek içecek ile gastronomi turizm ilişkisi, coğrafi işaret kavramı, coğrafi işaretli ürünlerin etkileri, Çubuk coğrafi ürünlerin neler olduğu açıklanmaktadır.

Üçüncü bölümde, araştırmanın yöntemi; araştırmanın amacı, konusu, kapsamı, önemi, varsayımları, veri toplama tekniği, verilerin analizi, araştırmanın bulguları ve araştırmanın sınırlılıkları yer almaktadır .Daha sonra araştırma alanı olan Çubuk mutfak kültürü incelenmektedir. Çubuk'ta ikamet eden kaynak kişilerden derlenen Çubuk mutfağına ait 37 adet yöresel yiyecek içecek tariflerine yer verilmektedir. Belirlenen bu

tarifler mutfakta uygulanmış ve fotoğraflanmıştır. Sonuç kısmında araştırma bulguları değerlendirilmekte ve bulgulara dayalı öneriler sunulmaktadır.

1. BÖLÜM

GASTRONOMİ TURİZMİ

1.1. GASTRONOMİ TURİZMİ KAVRAMI VE KAPSAMI

Kişilerin normalde tükettikleri yiyecek içecekler dışında, farklı deneyimler elde etmek için yaptıkları seyahat ve konaklamaların bütününi gastronomi turizmi olarak tanımlayabiliriz. İnsanlar sadece bölgenin doğal ve tarihi güzelliklerini değil, mutfak kültürünü de merak edebilir. Bu da destinasyonun gastronomi turizmi olarak çekiciliğine ve pazarlamasına katkı sağlar (Santich, 2004).

Alternatif turizm içerisinde yer alan gastronomi turizmi, özellikle Çubuk ilçesi gibi kırsal bölgelerin ekonomisine katkı sağlayabilir. Gastronomi turizminde seyahat motivasyonu, yöresel pazarlar, yiyecek içecek festivalleri, yiyecek içecek fuarları olabileceği gibi ünlü bir şefin menüsünü tatmak için de olabilir. Dünya Yemek ve Seyahat Birliği (The World Food and Travel Association) 2017 yılı verilerine göre gastronomi turizminin yıllık 150 milyar dolar civarında bir hacmi vardır. Gastronomi turizmi için gelen turistlerin, normal turistlerden %50 daha fazla para harcadıkları bilinmektedir. Yapılan araştırmalarda gastronomi turistleri farklı ve güzel yemekleri ve nasıl yapıldıklarını öğrenmek istedikleri ortaya çıkmıştır (Penn,2017).İnsanlar farklı yeme içme deneyimi için, yüksek fiyatları göze almaktadır.

Turizmin sürdürülebilirliği açısından, gastronomi turizminin bölgeye katkısı yadsınamaz bir gerçektir. Bölgeye ait yeme içme kültürünün doğru tanıtılması ve insanların o bölgeye gelmesi için nedenler sunulması, diğer destinasyonlardan farklılaşma aracı olabilir. Özellikle otantik mutfaklar, seyahat etmek için bir neden olabilir (Çalışkan,2013).

Destinasyonların sahip oldukları gastronomi turizm ürünleri farklıdır. Bunlar, “Tesisler”, “Aktiviteler”, “Etkinlikler”, “Örgütler” olarak dört başlık altında toplanabilir (Smith ve Xiao,2008:290).

1.Tesisler: Yiyecek İşleme Tesisleri, Şarap Üretim Tesisleri, Yiyecek-İçecek Müzeleri, Restoranlar, Tarlalar, Üzüm Bağları, Meyve Bahçeleri, Şarap Rotaları, Yemek Rotalarını

2.Aktiviteler: Restoranda Tüketim, Perakende Yiyecek İçecek Satın Alımı, Şarap Bölgeleri, Tarım Alanları, Aşçılık Okulları, Aşçılık Okullarını İzlemek Etkinlikleri, Yiyecek-İçecek Satın Alımı, Şarap Bölgeleri, Tarım Alanları

3.Etkinlikler: Yiyecek-İçecek Festivalleri, Ürün Tanıtımları, Hasat Festivalleri

4.Örgütler: Restoran Sınıflandırmaları, Ödüllü Restoranlar ve Aşçılar, Coğrafi İşaretleme Sistemlerini sayabiliriz.

Gastronomi ürünlerin temelini çekicilik, ulaşılabilirlik ve turizm işletmelerinden oluştuğu düşünebilir. Çekicilik, doğal ve tarihi güzellikler, ürünün fiyatının makul seviyede olması gibi unsurlardan oluşur. Ulaşılabilirlik ise, gastronomi turizm ürünleriyle ilgili destinasyonların turistler tarafından ulaşımı kolay olmalıdır. Bir gastronomik ürün, çekici olmasına karşılık ulaşılabilir değilse sınırlı sayıda turist gelecektir. Gastronomi açısından fiyat ise, işletmenin doğru yapılandırılan bir fiyat politikasının olması gerekir (Sarıışık,2021:200-203).

Bölge ya da ürün olarak gastronominin turistlere tanıtılması, bilgi sahibi olmalarını sağlama bölgedeki gastronomi ürünlerini tüketme kararlarını etkileyecektir. Bu konuda kullanabilecek araçlar ise, doğru şekilde reklam, pazarlama, halkla ilişkiler tanıtım ile mümkün olabilir(Sarıışık,2021).

1.2. GASTRONOMİ TURİZMİNİN DESTİNASYONLAR AÇISINDAN ÖNEMİ

Gidilecek yer, varış noktası gibi tanımlanabilen destinasyonlar, ziyaretçilerine çeşitli deneyimler sunan turistik ürün çeşitliliğinden oluşur (Buhalis,2000:97).Bir bölgenin destinasyon olması için gerekli alt ve üst yapıya sahip olması, ziyaretçiler tarafından çekici bulunabilecek değerlere sahip olması düşünülür. Destinasyonların çekici unsurlarından biri de gastronomi turizmidir. Gastronomi destinasyonun sahip

olduğu özelliklere değer kazandırıp, bölgenin tanıtımına ve tekrar gelme isteğine olumlu etkileri olabilir (Hall ve Sharples, 2003).

Gün geçtikçe birbirine benzeyen destinasyonlar, gastronomi turizmle birbirinden ayrılabilir. Böylelikle destinasyon imajının oluşmasına katkıda bulunabilir (Okumuş vd,2007; Kivela ve Crotts,2006). Gastronomi turizmi destinasyonun sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayabilir. Özellikle ziyaretçilerin gittikleri yerde yerel kültürü yakından tanımak istemeleri, yöresel yemeklere her geçen gün artarak talep oluşturmaktadır (Sarıışık,2021).

Destinasyonların yiyecek içecek kültürü, rakipleri karşısında farklılaştıran, özgün kültürel kimliğin oluşmasında önemli bir unsur oluşturabilir (Richards,2002). Örneğin İtalya denince makarna ve pizzanın akla gelmesi ya da Gaziantep denildiğinde akla gelen baklava, bölge ile eşleşerek destinasyonun kimliğini belirleme etkenlerinden biri olduğu düşünülebilir. Gastronomi turizminin destinasyonlar açısından önemini özetleyecek olursak (Sarıışık, 2021);

- Yılın her dönemi uygulanabilir bir turizm çeşidi olduğundan herhangi bir zaman baskısı yoktur.
- Özellikle turistik çekiciliği fazla olmayan kırsal yerleri bir cazibe merkezi haline getirebilir.
- Gelen ziyaretçiler yerel mutfağı ve halkı yakından tanıma fırsatı bulur.
- Gün geçtikçe birbirine benzeyen destinasyonlar gastronomi turizmi sayesinde birbirinden farklılaşabilir.
- Gastronomi turizmiyle destinasyonun durağanlaşan turizmi canlanabilir.
- Destinasyon imajı yaratmada etkili unsurlardan biridir. Yarattığı olumlu imaj
- sayesinde destinasyonun gelir seviyesini arttırabilir.
- Destinasyon gastronomi turizmi sayesinde rakipleriyle yarışabilir, rakiplerinin karşısında farklılaşıp tercih edilebilirliğini arttırabilir.
- Gastronomi turizm sayesinde yerel halkın ve esnafın gelirleri artar.
- Kadın girişimcilerin sayısı artar, istihdam çoğalır.

1.3. GASTRONOMİ TURİZMİ TANITIM ARAÇLARI

Doğru yapılan gastronomi tanıtımları sayesinde, ziyaretçiler doğru bir şekilde bilgi sahibi olurlar. Turizm açısından ise bir destinasyon ya da işletme hakkında olumlu imaj yaratıp, enformasyon arayışının karşılanmasına yardımcı olur (Karim ve Leong,2008:167). Bu bağlamda destinasyonların kullandıkları araçlar şöyledir (Sarıışık,2021);

Basılı materyaller: Bunlar destinasyon tanıtımı için kullanılan; dergi, broşür, gazete, yemek dergisi vb.

İnternet kullanımı: Tanıtım videoları, sosyal medya araçları, seyahat blogları, kullanıcı yorumları vb.

Festivaller: Festivaller, destinasyonun ve sahip olduğu yerel ürünlerinin tanıtılması, deneyimleme ortamı sağlaması ve kalkınması gibi etkilere sahiptir (Prentince ve Andersen, 2003). Örneğin her yıl Eylül ayında Çubuk'ta düzenlenen turşu festivalinde ilçeyi binlerce insan ziyaret etmektedir.

Gastronomi Müzeleri: Gastronomi müzeleri yaşayan canlı mekanlar, mutfakların tarihini anlatan canlı kanıtlar olarak düşünebiliriz. Ülkemizdeki gastronomik müzelerden bazıları; Emine Göğüş Mutfak Müzesi(Gaziantep),Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi(Hatay),Kutman Şarap Müzesi(Tekirdağ),Erzurum Evleri(Erzurum) vb.

Gastronomi le İlgili Yarışmalar: Gastronomi alanlı çeşitli kurslara ve eğitimlere katılmak için seyahat etmek, gastronomi turistlerinin seyahatlerinde motive kaynağı olabilir.

Yöresel Aktiviteler: Yöreye ait yiyecek içeceklerin pişirme tekniklerinin korunarak gelecek nesillere aktarılması, kültürel ve gastronomik mirasın devamlı olmasında önemli bir rolü olabilir. Yöresel yemeklerin sergilendiği yöresel pazarlar, seyahat eden insanların destinasyon seçimlerinde bir neden olabilir.

1.4. GASTRONOMİ TURİZMİNİN ULUSLARARASI BOYUTTAKİ YERİ VE ÖNEMİ

Kişiler hangi sebeple olursa olsun seyahatleri zamanında, konaklama ya da varış noktalarında yaşamsal döngülerini sürdürebilmeleri için beslenmeye ihtiyaç duyarlar. İhtiyaç dışında, gittikleri destinasyonun yeme içme kültürünü yakından tanımak için de beslenirler. Bu durum gastronomi ve turizm arasında ayrılmaz bir bağ kurmuştur (Şengül ve Türkay,2016:89).

Destinasyonun sahip olduğu yiyecek içecek kültürü, bölgeyle eşleşip, bir kimlik oluşturmaya yardımcıdır(Richards,2002).Örneğin Fransa'nın Champagne bölgesindeki üzüm bağlarında üretilen şampanya, bölge ile eşleşerek kimliğini belirlemektedir (Çalışkan, 2015). Ayrıca destinasyon yeme içme özellikleriyle özdeşleşip, marka olarak pazarlanmaktadır (Cowking, 1993).Viyana için şinitzel, İtalya için pizza, Budapeşte için gulaş, Fransa'da peynir, İspanya'da tapas gibi ürünler, bu ülkelerle özdeşleşip marka imajı yaratmıştır(Yüncü, 2010).

Gastronomiye ilginin gittikçe artması tur operatörlerini de hareketlendirmiştir. Gastronomi turları düzenleyen birçok tur operatörleri gastro turistlere eşsiz bir yiyecek içecek deneyimi yaşatmaktadır. Kosta Rika'ya yapılan kahve, Fransa'ya şarap, peynir, et yemeklerine yönelik tur programları, İtalya'nın Toscana bölgesinde şarapları, zeytin yağlarını, trüf mantarını ve çiftlik peynirlerini ziyaretçilerle buluşturan birçok tur programları vardır (Oğuz,2016). Bu turlar genel olarak üç şekilde gerçekleştirilmektedir (Yüncü, 2010):

1. Yemek pişirmeye yönelik eğitimler sunan turlar
2. Ünlü bir şefin ya da özel bir bölgenin yerel yemekleri tatmak için düzenlenen turlar
3. Herhangi bir dünyaca ünlü ürünün üretiminin olduğu yere, tüketici ve üreticileri buluşturma amaçlı düzenlenen turlar.

İtalya, İspanya, Fransa, Avustralya ve Amerika (Napa Vadisi) gastronomi turlarının düzenlendiği önde gelen destinasyonlardandır. İspanya'da 2008 yılında şarap

turlarına katılan ziyaretçi sayısı bir milyon iken bu rakam 2011 yılında %27 artış göstererek 1.5 milyonun üzerine çıkmıştır (Rodrigues vd., 2014).İspanya'yı ziyaret eden 5 milyondan fazla turist, İspanya'yı seçmesinin başlıca nedenleri arasında yemekleri ve şarapları olduğunu belirtmiştir. Bu ziyaretler 50 milyar Euro'nun üzerinde gelir oluşturmuştur (Alvarez, 2012).

Gastronomi turizm bölgelerinde daha çok turist çekmek için çeşitli festivaller ve fuarlar düzenlenmektedir. Bunlardan en çok bilinenlerden bazıları (Sarışık, 2021) ;

Alimentaria Barcelona: Dünyanın sayılı gıda ve gıda teknoloji fuarlarındanıdır. 2023 Eylül ayında yapılacak olan bu fuar üç yılda bir gerçekleştirilmektedir. Fuar, 2020 yılında pandemiden dolayı iptal edilmiştir. 2017 yılında 769 milyon Euro ciro yapılmıştır (www.alimentariafoodtech.com).

Taste of Chiago: Eylül ayında düzenlenecek olan festivale giriş ücretsizdir. Festivalde yerel ve ünlü şefler çeşitli dünya mutfaklarından yemekler sunmaktadır. Gıdanın ve müziğin birleştiği festivali, 2006 yılında 3,6 milyon kişi ziyaret etmiştir.

Octoberfest-Bira Festivali: Almanya'nın Münih kentinde her yıl Eylül ayında olan festival ,6 milyondan fazla ziyaretçi çekmektedir.

Festivaller ve fuarlar dışında, dünyanın dört bir yanında gastronomi temalı müzeler de mevcuttur. UNWTO raporuna göre, gastronomi amaçlı gezi, turizm etkinliklerinin %12 'sini kapsamaktadır. Seyahat eden turistlerin de çoğunun bölgesinde yer alan müzeleri ziyaret ettikleri görülmüştür (Demirci, 2021).Bu müzelerden gastronomi temalı olan müzelerden bazıları aşağıda anlatılmıştır (www.gezimanya.com);

Prens Edward Patates Müzesi: Kanada'da tarlaların arasında yer almaktadır. Patatesle ilgili ürünler ve tarım aletleri sergilenmektedir.

Alman Köri Sosisi Müzesi: Berlin'de olan bu müzede üç boyutlu şehir planı ve yemek kültürünün gelişimi incelenebilir.

Shin-Yokohama Raumen Müzesi: 1994 tarihinde Japonya'da açılan dünyanın ilk yemek temalı eğlence müzesidir.

Hardal Müzesi: 1992 tarihinde Amerika Birleşik Devletleri'nde açılmıştır. Dünyada bir ilk olan müzede, beş bin adetten fazla hardal çeşidi vardır.

Mantar Müzesi: Fransa'da olan müzede çeşitli mantarlar incelenebilir.

Zeytinyağı Müzesi: İtalya'da olan bu müzede zeytin ağaçlarının tarihinden, zeytinin yetiştirilmesine, zeytinyağının yapımına kadar birçok bilgi vardır.

Dutch Peynir Müzesi: Hollanda'da olan müzede, peynirin tarihçesi ve yapılışıyla ilgili bilgiler bulunabilir.

Choco-Story: Belçika'da olan müzede Belçika çikolatasının farklı yönleri ziyaretçiler tarafından incelenebilir.

1.5. GASTRONOMİ TURİZMİNİN TÜRK TURİZMİ KAPSAMINDA YERİ VE ÖNEMİ

Türkiye gibi kültür zengini olan bir coğrafyada yiyecek içecek çeşitliliği de oldukça fazladır. TURSAB 2015 raporuna göre, Türkiye'de turizm gelirleri içinde, yeme içme en büyük paya sahiptir. Türkiye'de 2004 yılında turistlerin yeme içme için yaptığı harcama 3,1 milyar dolarken, 2015 yılında bu harcama iki katına çıkmıştır (tursab.org.tr).

Gastronomi turizmi için zengin bir kültüre sahip olan Türkiye'de acentalar tarafından düzenlenen çeşitli gastronomi turları mevcuttur. Bu turlar ,bölgeden bölgeye farklılık gösterir. Antep, Hatay, Ayvalık, Adana gibi destinasyonlar öndedir (Kızılırmak, Ofluoğlu ve Şişik, 2016).

Ankara Ticaret Odası ve Ankara Patent Bürosunun 2008 yılında ortak çalıştığı bir çalışmada Türkiye'nin lezzet haritası belirlenmiştir. Buna göre Türkiye'de 2205 çeşit yöresel yiyecek içek tespit edilip, en fazla çeşidin de Gaziantep ili, ikinci ilinde Elâzığ olduğu bildirilmiştir .(Öney, 2013). Bölge temelli mutfak sınıflandırmada ilk sırayı 455 çeşitle İç Anadolu Bölgesi almaktadır. Onu 398 çeşitle Güneydoğu Anadolu, 397 çeşitle Karadeniz, 184 çeşitle Akdeniz ve 162 çeşitle Marmara bölgeleri takip etmektedir (Cömert ve Özkaya,2014).

Ülkemizin sahip olduğu zengin yiyecek içecek kültürü çeşitli festivallerle tanıtılmaktadır. Bu festivallerden bazıları (www.tarimziraat.com/etkinlikler); Adana-Karpuz Şenliği, Beypazarı-Havuç ve Güveç Festivali, Çubuk- Turşu Festivali, Sultandağı- Kiraz Festivali, Korkuteli-Keşkek Festivali, Artvin-Bal Festivali, Aydın-Koçarlı Çam Fıstığı Festivali, Balıkesir-Zeytin Şenlikleri, Bartın-Çilek Festivali, Batman-Ceviz ve Bal Festivali, Savaştepe-Peynir Festivali, Alaçatı- Ot Festivalidir.

TURSAB Gastronomi Turizm Raporu (2015), Türkiye'nin zengin mutfağında tescillenmiş ürün sayısı henüz çok az olduğunu belirtmiştir. TPE'nden coğrafi işaret belgesi almış gıda sayısı 124'tür. En çok coğrafi işaret almış yemek Erzurum'da olup onu sırasıyla Kayseri, Manisa, Mersin, Mardin, Afyon, Bursa, İzmir takip etmiştir. Gastronomi, kültürel değer açısından da çok önemlidir. Bu bakımdan, UNESCO'nun "İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi" büyük önem taşımaktadır. Nitekim 28 Kasım 2011 yılında yaptığı başvuru çerçevesinde Keşkek Geleneksel Tören Keşkeği (2011), Mesir Macunu Festivali (2012) ve Türk kahvesi ve geleneği (2013) bu listeye girmiştir. Ayrıca Gaziantep, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağında yer alan ilk Türk şehri olarak "Gastronomi" alanında dünyadaki 17 şehir arasına girmiştir (www.unesco.org.tr).

Gastronominin sürdürülebilirliği açısından önemli bir etken olan gastronomi müzeleri, destinasyonun pazarlaması ve gastronomik kimlik kazanmasına yardımcıdır (Gök, 2020). Türkiye'deki gastronomi müzeleri incelendiğinde peynir, çikolata, bal, zeytinyağı, şarap gibi farklı temalarda faaliyet gösteren 34 adet gastronomi müzesi tespit edilmiştir. Bunlardan bazıları; İstanbul Pelit Çikolata Müzesi, Marmaris Bal Evi Müzesi, Antakya Mutfak Müzesi, Erzurum Evleri Restoran Müze, Kars Peynir Müzesi, Malatya Buğday Müzesi, Tekirdağ Kutman Şarap Müzesi'dir (Çekal, N., Doğan, E. ve Aktürk, H. ,2022).

2. BÖLÜM

YÖRESEL YİYECEK VE İÇECEKLER VE COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜNLER

2.1. YÖRESEL YİYECEK İÇECEKLER

Turizm denilince sadece destinasyonun doğal ve tarihi güzellikleri değil, son yıllarda yeme içme kültürü de turizm çekiciliği olarak kabul edilmektedir. Gastronomi alanında tatmin olmuş bir ziyaretçinin, tekrar bölgeyi ziyaret isteği doğurduğu yapılan çalışmalarda görülmektedir (Kivela ve Crotts,2006). Yöresel yemekleri; herhangi bir yöreye yerleşmiş, nesilden nesile yöre halkın ulaşan, yerel halk tarafından diğer yemeklerden farklı bir yeri olan somut olmayan kültürel miras olarak kabul edebiliriz (Mil ve Denk,2015:2). Yöresel yemeklere artan talep, gıdanın değere dönüşmesi, yemeğin bir turizm ürünü olarak değerlendirilmesini sağlamıştır. İnsanlar gittikleri yerde bölgeye, yöreye ait ürünleri deneyimleme isteği son yıllarda gittikçe artmakta ve bu alanda özel bir pazar ortaya çıkmaktadır. Çıkan bu pazarda her geçen gün rekabette oluşmaktadır. Özellikle kırsal kesimlerdeki, kısıtlı turizm çekicilikleri, yöresel yiyecek içeceklerini doğru tanıtım, satış, pazarlama ve etkinliklerle ziyaretçi sayısı arttırılabilir(Sarışık, 2021).

Yöresel yiyecek içeceklerin tariflerini, nasıl yapıldıklarını doğru bilmek ve bunu muhafaza edip, nesilden nesile aktarmak da şüphesiz çok önemlidir. Gastronomi konusunda, destinasyonun çekim gücü olabileceği, gastronominin, kimlik olarak düşünülmesi gerektiği konusunda çalışmalar vardır. Gastronomik kimlik, birbirine benzeyen destinasyonlarını birbirinden ayıran, ziyaretçilere yöresel yemekler, ürünler, pişirme teknikleri ile farklı yeme içme deneyimleri sunarken, bölgeye ait turizm pazarlamasında kullanılan değerlerin farkındalığını da arttırmaya yardımcı olacaktır (Haven-Tang, jones,2006). Yerel mutfakın tanıtımı konusunda festivaller, pazarlar, fuarlar, seminerler, yemek yarışmalar da gastronomi kimliğinin geliştirilmesi ve tanıtılması açısından önemlidir (Sarışık, 2021).

İnsanlar bölgeyi ziyaret ettiklerinde, her zaman yedikleri dışında farklı gıdalara, yemeklere yönelebilmekte ve yüksek fiyatları göze almaktadırlar. Tüm bunlar destinasyonun çekiciliğine ve pazarlamasına katkı sağlayan yöresel yiyecek içecekleri önemli bir unsur haline getirmektedir (Chang vd.,2011).

2.2. YÖRESEL YİYECEK İÇEÇEKLERİN DESTİNASYONLAR İÇİN ÖNEMİ

Son yıllarda turistler destinasyon ziyaretlerini zenginleştirme eğiliminde olduğu, destinasyonun tüm özelliklerini sadece gözlemlemek değil tüm duyularına hitap edecek şekilde deneyimleme istekleri olduğu görülmektedir (Zağralı ve Akbaba, 2015). Genel olarak eğlenceye yönelik turizm çekiciliği olmaya kırsal yerlerde, yöresel yemekler çekici bir unsurdur. Yöresel ürünlerin turistlere sunumu tarımsal faaliyetleri de devamlı kılmıştır. Hammaddelerin yöreden temini, ürünlerin lezzetli ve sağlıklı olması düşüncesi yöresel restoranların tercih edilmesini sağlar (Cömert ve Özata, 2016).

Yabancı turistlerin Türkiye’yi tercih etme nedenleri arasında ‘‘Türk mutfakını tanıma isteği’’ toplam 12 neden içerisinde beşinci sıradadır (Akman ve Hasipek). Yöresel yiyecek içecekler, destinasyon farkındalığının önemli bir ögesi olarak kabul edilmektedir. Birçok çalışmada, Türk şehirlerinin destinasyon farkındalığı araştırılırken ,yöresel yiyecek içeceklerinin güçlü bir etkisi olduğu tespit edilmiştir (Şengül vd. , 2016).Yöresel yiyecek içecekler, destinasyon açısından birer çekicilik olarak ele alınabilir. Aynı zamanda uluslararası sosyal-kültürel bağlar oluşturan bir iletişim aracıdır (Budak ve Çiçek, 2002).

Yöresel yiyecek ve içecekler, gastronomi özellikleri güçlü destinasyonlar için marka değeri de yaratır (Lin vd. ,2011).Kayseri için mantı, Konya için tandır, Siirt için büryan kebabı, Kars için kaz yemeği bu kapsamda görülebilecek örneklerdir. Bölgedeki turizm işletmeleri ve girişimciler, yerel gastronomik değerleri kullanarak destinasyonun tercih edilirliliğini artırmak ve bu değerleri kullanarak gastronomi imajı oluşturmak çabasında olmalıdırlar. Ziyaretçilere sunulan yerel lezzetler, yöreye has pişirme yöntemleri, coğrafi işaret almış ürünler, otantik dekora sahip işletmeler, yerel yemek kültürünün yaşatılması

ve bu hizmetleri alan insanların zihinlerinde oluşan düşünce ve izlenimler o destinasyonun gastronomi imajını oluşturur (Eren ve Demir,2019).

Yöresel yiyecek ve içeceklerin destinasyonlar için önemini özetlemek gerekirse (Anderson,2013);

- Özellikle kırsal yerlerde her şey dahil ve tam pansiyon gibi uygulamaların olduğu konaklama yerleri az ya da hiç olmadığından restoranlar öne çıkar. Bu da daha çok yöresel yemek sunan işletmeleri öne çıkarır.
- Gastro turistler alışa gelmiş yemekler dışında genellikle tatilini geçirdiği destinasyondaki yerel lezzetlerin peşindedir. Bu da destinasyonda yöresel yemeklerin değerini artırır.
- Yerel girişimcilik artabilir.
- Özellikle kadın girişimcilerin sayısı artabilir.
- İstihdam olanakları artabilir.
- Destinasyonlar yöresel yemekleriyle ön plana çıkabilir, yöresel yemeklerini farklılaşma aracı olarak kullanabilirler.
- Destinasyonun reklam ve pazarlamasına, markalaşmasına katkısı olabilir.
- Turizm faaliyetlerinde ekonomiye en yüksek katkının yöresel yemekler olduğu belirtilmiştir.
- Yerel yönetimin vergi geliri artar.
- Tarımsal ekonomi önemini korur.

2.3. COĞRAFI İŞARET

Coğrafi işaret, belli bir yerle özdeşleşen, o yere ait özellikleri taşıyan, coğrafi bölge ile bağlantıyı gösteren kalite işareti olarak tanımlayabiliriz. Coğrafi işaretleme konusu olan ürünler; yiyecek içecek, tarım ürünleri, el sanatları gibi ürünler olabilir. Coğrafi işaretlemenin temel amacı, bölgedeki belli bir üne sahip ürünleri koruma altına almaktır (TPE,2012:27).

Coğrafi işaretle tescillenen ürünler, yöreye ekonomik olarak katkı sağlar. Yerel ürünlerini özelleştiren, değerini arttıran, ekonomiye kazandıran coğrafi işaretli ürünler,

özellikle kırsal kesimleri bir cazibe merkezi haline getirebilir (Kan ve Gülçubuk,2008:58). Coğrafi işaretli ürünler, menşe işaret, mahreç ve geleneksel ürün olmak üzere üçe ayrılır (Türk Patent ve Marka Kurumu,2018);

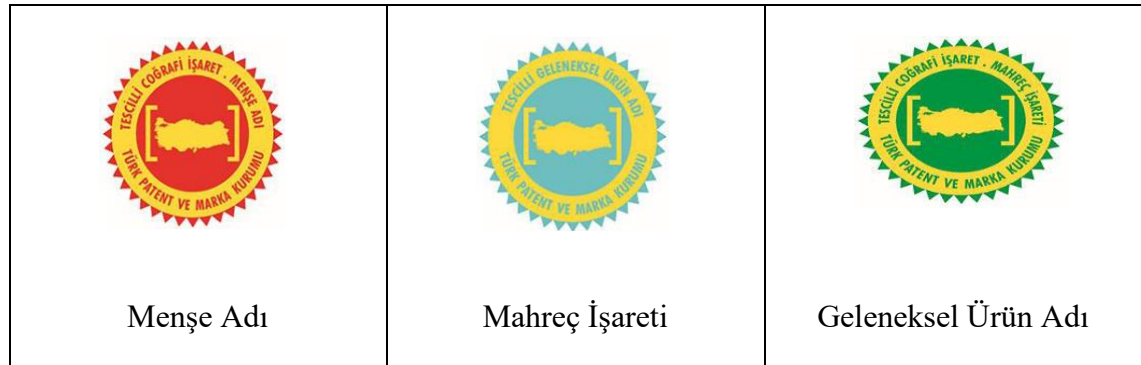
1.Menşe işaret: Bir ürünün tüm nitelikleri, üretimi, işlenmesi belirli bir coğrafi alan sınırları içerisinde olması gerekir. Örneğin, Finike portakalı, Malatya kayısı gibi ürünler menşe işaretli ürünlerdir.

2.Mahreç işaret: Bir ürünün belirli coğrafi alan ile üretim, işleme ya da diğer işlemlerden en az birinin o alanda gerçekleşmesi gerekir. Örneğin Bozdağ kestane şekeri, Anamur muz mahreç işaretli ürünlere örnektir.

3.Geleneksel Ürünler: Menşe veya mahreç işaretinde olmayan, piyasada bir ürünü tarif etmek için en az 30 yıl süreyle kullanılan adlardır. Örneğin aşure, ayran, baklava gibi ürünler bağımsız coğrafyada her yerde üretilen geleneksel ürünlere örnektir.

Coğrafi işaretleme, gastronomik kimliğin oluşmasına yardımcıdır. Destinasyonun çekim gücü kapsamında yer alan gastronomi kimliğini değerli kılan özelliklerden belki de en önemlisi taklit edilmesinin çok güç olmasıdır. Böylece kazanılan gastronomi kimliğiyle diğer destinasyonlarla rekabet edilebilir (Harrington ve Ottenbacher,2010).

Şekil 3.de coğrafi işaret amblemleri yer almaktadır. Coğrafi işaretler ürün üzerinde kullanıldığında, ambleminde kullanılması zorunludur. Geleneksel ürün adlarında bu geçerli değildir (Kültür portal). Coğrafi işaret tesciliyle yöreye ait ürün bir nevi koruma altına alınmış olup, ürünün gelenekselliği ve yöresel özellikleri korunmuş olur.



Şekil 1. Coğrafi İşaret Amblemleri (Türk Patent,2018).

2.4. COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜNLERİN ETKİLERİ

Gastronomi turizmi kapsamında, zorunlu bir ihtiyaç olan beslenme için zamanını ve parasının büyük bir bölümünü ayıran ziyaretçi, gittiği destinasyonun kimliğiyle özdeşleşmiş, tescillenmiş, coğrafi işaretli ürünlerini tatmak için seyahat nedenleri arasında olabilir. Özellikle yeme içmeyi temel motivasyon gören gastro turistler için bu durum kaçınılmazdır. Coğrafi işaretli ürünlerin etkilerini aşağıdaki gibi sıralarsa (Durlu, Özkaya, Sünnetçioğlu ve Can, 2013);

- Ürünlerin satışı ile özellikle pek fazla turistik çekiciliği olmayan destinasyonlara ekonomik olarak katkı sağlar.
- Üreticilere koruma sağlar
- İnsanlar, tescil edilmiş coğrafi işaretli ürünlerin, daha sağlıklı olduğu düşündüğünden, yüksek ödeme yapmayı göze almaktadırlar (Albayrak,2014).
- Coğrafi işaretli ürünler özellikle kırsal kesimlerde ekonomi getirisi sağlar.
- Tescilli coğrafi işaretli ürünler, işletmelerde yer alması, bölgenin turizm gelirlerinde artış sağlayabilir.
- Coğrafi işaretler, yerel değerler ile geleneksel mirası korur.
- Coğrafi işaretler, ürünün yetiştği ya da üretildiği bölgenin tanıtımını sağlar.
- Coğrafi işaretli ürünler, özellikle gurme ve gastro turistler için yeni lezzetler keşfetmesine ve ürünü doğru yerde tatmalarını kolaylaştırır. Ayrıca yöresel ürünlerin sürdürülebilirliği sağlanmakta, taklit edilmesini engeller (Suna ve Uçuk,2018).
- Coğrafi işaretleme sistemiyle haksız rekabet önlenir.
- Coğrafi işaretlemeye sahip bölgeler, tescillenen ürünleri sayesinde ürünlerin üretim yerlerini görme isteği uyandırması, turizm cazibesi haline gelebilir.
- Coğrafi işaretleme ürünün kaynağını göstermekte, ürünlerin marka imajı yaratmasını sağlayıp, benzerlerinden ayırt edilmesini sağlar.
- Coğrafi işaretlemeyle ürün hem yurt içi hem de yurt dışı tanınır. Destinasyonun tanınması ve ziyaret edilmesi için sebep oluşturur.
- Destinasyonun kendine özgü bir kimlik oluşturmaya yardımcıdır (Sarışık,2021).

2.5. ÇUBUK COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜNLERİ

Çubuk ilçesinin coğrafi işaretli ürünleri, Çubuk turşusu, Çubuk vişnesi, Çubuk homaçası ve agat taşıdır. Aşağıda gastronomiyle ilgili olarak Çubuk Turşusu, vişnesi ve homaça yemeği açıklanacaktır.

Çubuk Turşusu: İlçenin patentli ve tanınan ürünüdür. Çubuk ilçesiyle özdeşleşmiştir. Öyle ki turşu denilince Türkiye’de Çubuk turşusu akla gelmektedir. Yapılışında hiçbir kimyevi madde yoktur. İçeriğini; sarımsak, acı biber, tuz, sirke, defne yaprağı ve dereotu oluşturur. Çubuk Ovası’nın kendine has ikliminde yetişen sebzeler, katkı maddesi kullanılmadan bidon, teneke ya da cam kaplarda hazırlanmaktadır. Çubuk turşusu mahreç işaretli bir üründür. 2008 yılında Çubuk Belediyesi tarafından tescil edilmiştir. Hasat için ürünler genellikle temmuz ayında başlar. Taze, uygun şekilli ürünler eleme işleminden geçirilip, ön hazırlıktan sonra dolgu suyu olarak bilinen salamura ilavesi ile fiçılara doldurulmaktadır. Salamurada %2 oranında sirke, %8,4 oranında tuz, %89,6 oranında sudan oluşur. Oda sıcaklığında 20-35 gün depolarda fermentasyon olması sağlanır (Erdoğan,2022:423).

2005 yılında başlanan, dünyanın tek turşu festivali olan Uluslararası Çubuk Turşu ve Kültür Festivali, her yıl Eylül ayında Çubuk Belediyesi tarafından yapılmaktadır. En son 2022’de yapılan festivalde Çubuk Belediyesi’nden alınan bilgiye göre, festivali 750 bin kişi ziyaret edilmiştir. 50 milyon hasılat elde edilmiştir. Bunun 10 Milyonu turşudan, 10 milyonu yöresel ürünlerden, 30 milyonu da yeme içmedendir (Yıldırım, 2023).

Festivalde 1.5 tonluk 3 çeşit turşu kuruldu. Festivale toplamda 50 aşçı katılmış,4 gün sürmüştür. Yapılan festivalle Çubuk Turşusu ve Çubuk kültürü insanlara tanıtılmakta, yerel halk ve esnafın ekonomisine de katkı sağlamaktadır (Yıldırım, 2023).



Şekil 2. Çubuk Turşusu (Kişisel Arşiv)

Çubuk Homaçası: Homaça yemeği; özellikle düğün, bayram gibi özel günlerin baş yemeklerindendir. Bölgeye göç eden Türkmenlerden günümüze ulaşmış bir et yemeğidir. Türk Patent ve Marka Kurumunca 2021 ‘de coğrafi işaret tescili verilmiştir. Orijinalinde dananın kemiksiz sırt bölgesinden yapılır. Lezzet bakımından da dananın but ve incik kısımları tercih edilebilir (Erdoğan, 2022).

Dana eti tereyağında hafifçe kızartılarak mühürlenip, sıcak su, karabiber, pul biber, tuz eklenip, kısık ateşte uzun saatler yaklaşık 6-7 saat kadar pişirilip, yemeğin suyuyla birlikte servise sunulur (Yıldırım,2023).



Şekil 3. Homaça (Kişisel Arşiv)

Çubuk Vişnesi: 2021 yılında Çubuk Belediyesi başvurarak TPE coğrafi işaret tescil belgesi almıştır. Çubuk vişnesi, bölgenin ikliminden dolayı geç olgunlaşır ve geç hasat edilir. Hasat zamanı ilçenin karasal iklime sahip olması dolayısıyla gece ile gündüz sıcaklık farkının çok olmasından dolayı, vişne kabuğu daha uzun süre sertliğini korur.

Hatta bazı köylerde hasat Ekim ayı sonuna kadar devam eder Meyvesi hem ekşi hem de tatlı bir aromaya sahiptir (Erdoğan,S.426).

Türkiye'nin %30 vişne ihtiyacını karşılamaktadır. Bunun %10 'u İstanbul'a gitmektedir. İlçede her yıl 10 bin ton vişne üretilmektedir (Yıldırım,2023). Özellikle Kuruçay, Yukarı Çavundur, Kışlacık mahallerinde vişne üretilmektedir. En son hasat Kuruçay mahallesindedir. Burası termal bir iklime sahip olduğundan en iri, kalitesi aroması en yüksek olan vişne burada yetişir (Yıldırım, 2023).



Şekil 4. Çubuk vişnesi (Çubuk Haber)

3. BÖLÜM

YÖRESEL YİYECEK İÇECEKLERİN VE COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLERİN GASTRONOMİ TURİZMİNE ETKİLERİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: ÇUBUK İLÇESİ ÖRNEĞİ

3.1. ARAŞTIRMANIN GENEL ANALİZİ

Bu bölümde ilk olarak araştırmanın amacı, önemi, kapsamı, varsayımları, yöntemi ve sınırlılıkları hakkında bilgi verilip, bölümün devamında araştırma kapsamında elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Elde edilen bulgularla sonuç bölümü oluşturulmuş, önerilerle çalışmaya son verilmiştir.

3.1.1. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın amacı, İlçeye ait yöresel yiyecek içeceklerin unutulmasını önlemek için kayıt altına alınıp, gastronomi turizmine ve sektöre etkilerinin ne olacağının tespit edilmesidir. Elde edilen sonuçlarla ilçenin gastronomi turizmi potansiyelinin durumu ve geliştirilebilmesi için çözüm önerileri sunmaktır. Bu bağlamda sektöre ve literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. İfade edilen bu amaçları maddelersek şu şekildedir;

- Çubuk mutfağında yöresel yiyecek içecekleri kayıt altına almak,
- Unutulmaya yüz tutmuş reçeteleri gün yüzüne çıkarmak,
- Kayıt altına alınan yöresel yiyecek içeceklerin sınıflandırmasını sağlamak,
- Elde edilen reçetelerin ilçedeki restoran işletmelerinde menülerinde yer alma düzeyini belirlemek,
- İlçeyi gastronomi anlamında tanıtmaktır.

3.1.2. Araştırmanın Önemi

Bu çalışma Çubuk yöresel yiyecek içeceklerini ve coğrafi işaretli ürünlerini tespit edip, kayıt altına almak ve bunların gastronomi turizmine etkilerini değerlendirmek

yönünden önem taşımaktadır. Özellikle Çubuk gibi kırsal yerlerin coğrafi işaretli ürünleri ve yöresel yeme içme kültürü insanların seyahat etmeleri nedenleri arasına girebilir. Yapılan çalışmayla gün geçtikçe önemi artan gastronomi turizmine, ilçeye ait yöresel yiyecek-içecekler ile coğrafi işaretli ürünlerin katkıları araştırılacaktır. Bu bağlamda, bu çalışmadan elde edilen sonuçların ilçede gelir ve istihdamın artmasına katkı sağlayacağı ön görülmektedir. Ayrıca unutulmaya yüz tutmuş reçeteler de kayıt altına alınacaktır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgular ve tavsiyelerin bundan sonra bu konuda araştırma yapacak kişilere katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3.1.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Araştırmanın kapsamını; Çubuk ilçesi merkez ve merkeze bağlı mahalle ve köyleri oluşturmaktadır. Çalışma 05.01.2023-25.05.2023 tarihleri arasında Çubuk ilçesi sınırları içerisinde gerçekleştirilmiştir. Bahsedilen ilçenin araştırmacı tarafından inceleme alanı olarak seçilmesinin nedenleri:

- Çubuğun zengin mutfak kültürü, yöresel yiyecek ve içeceklerinin çeşitliliği
- Çubukta gastronomi turizmi potansiyelinin varlığı
- Sahip olduğu coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi potansiyeli

Araştırma 40 katılımcıyla Çubuk ilçesi sınırları içerisinde gerçekleştirilmiştir. Çubuk ilçesinde yaşayan yerel halk, yiyecek içecek işletmeleri, her biriyle görüşülen kişilerin vermiş oldukları cevaplarla sınırlıdır. Araştırma soruları, görüşme formunda yer alan sorular ile sınırlıdır.

3.1.4. Araştırmanın Yöntemi

Nitel araştırma yöntemi; gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konulmasıdır (Yıldırım, Şimşek; 2005). Nitel araştırmanın özelliklerini şu şekilde sıralarsak (Gürbüz ve Şahin, 2018:409-411) ;

- Araştırmacı, söz konusu olgu ya da olayı doğal ortamda ele alır. Nitel araştırmanın doğal otama duyarlılığı gerçekçi sonuçlar ortaya koyabilmektedir.

- Nitel araştırma yönteminde araştırmacı, katılımcı rolde, söz konusu olay ya da olgunun bulunduğu doğal ortama girerek, deneklerle etkileşime girerek, bu kişilerin deneyimlerini, bakış açılarını anlamaya çalışmaktadır.
- Nitel yöntemde toplanan verilerin bütünü yansıtabilmesi, ele alınan olay ve olgularla ilişkin değişkenlerin karşılıklı etkileşimi ve birlikteliği esastır.
- Araştırmacı gözlem ve görüşme gibi tekniklerle, araştırmaya katılan deneklerle etkileşime girerek, onların deneyimlerini, algılarını olay veya olgularla ilgili yorumlarını elde eder.
- Araştırma konusunun özelliğine göre, esnek bir araştırma deseni kullanır. Araştırmacı, kendisini en iyi şekilde sonuca ulaştıracak, gözlem, görüşme, günlük tutma, doküman inceleme gibi yöntemlerden birini ya da birkaçını seçip ,araştırma konusu hakkında ayrıntılı tanımlama ve açıklama yapar.
- Nitel araştırmalarda tümevarımcı bir analiz söz konusudur.
- Nitel araştırmalarda araştırmacının elde ettiği veri nitel veri türündendir. Araştırmanın asıl amacı, araştırma sonucunda söz konusu olay ya da olgu hakkında gerçekçi ve betimsel bir tablo ortaya çıkarmaktır.

Çalışmada nitel araştırma desenlerinden olgu bilim (fenemolojik) araştırma deseni kullanılmıştır. Fenemolojik araştırma deseni, yoğun olarak yüz yüze görüşmeler ile veri toplanır(Gürbüz ve Şahin;111).Çalışmada nitel yöntemin kullanılmasının nedeni, Çubuk ilçesindeki yöresel yiyecek içeceklerinin ve coğrafi işaretli ürünlerinin gastronomi turizmi potansiyeli açısından değerlendirilmesinde nicel yöntemlerin, yerel halk ve Çubuk merkezde yer alan yiyecek içecek ile ilişkili işletmelerle görüşülen kişilerden bilgi akışının sağlanması aşamasında, ifadelerini sınırlandıracağını düşünülmektedir. Bu sebeple çalışmada nitel araştırma yönteminin kullanılmasının daha ayrıntılı bir sonuç vereceği değerlendirilmiştir.

3.1.5. Araştırma Yöntemi Kapsamında Kullanılan Veri Toplama Araçları

Nitel bir araştırma gerektiren çalışmalarda, araştırma konusuna göre birden çok farklı veri toplama tekniğinden faydalanılmaktadır. Literatür inceleme sonucu, veri toplama tekniklerinden en yaygın olanı görüşme, gözlem, doküman incelemesi olduğu görülmektedir(Gürbüz ve Şahin; 181). Bu doğrultuda yapılan araştırmada görüşme

teknikinden yararlanılmıştır. Görüşme tekniği ile araştırmanın konusu hakkında derinlemesine bilgi edinilebilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada görüşmeler yüz yüze ve telefonla gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler, 05.01.2023- 25.05.2023 tarihleri arasında kaynak kişilerin müsait oldukları zaman diliminde gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler ortalama 45 dakika sürmüştür. Görüşmeler sırasında verilen yanıtlar, araştırmacı tarafından not alınıp daha sonra bilgisayar yardımıyla dijital ortama aktarılmıştır.

Yapılan çalışmada kullanılan görüşme formu, yarı yapılandırılmış soru ölçeğinden oluşup, bu forma uygun hazırlanan iki ayrı görüşme formuyla etkin hale getirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinde kaynak kişilere sorulacak sorular, araştırmacı tarafından belli bir plan çerçevesinde önceden hazırlanır. Araştırmayı yapacak kişinin konuya hakimiyetine göre, kaynak kişiden daha ayrıntılı yanıt alınması sağlanabilir (Kozak, 2017:90). Görüşme süreci içerisinde kullanılan görüşme formu yöresel yiyecek ve içecekler ,coğrafi işaretli ürünler ile gastronomi turizmi üzerine alanyazında yer alan bilgilerin incelenmesi sonucu meydana getirilen sorulardan oluşmaktadır. Görüşme formunda yer alan soruların uygulamaya geçilmeden önce anlaşılabilirlik düzeylerini kontrol etmek amacıyla bir ön deneme gerçekleştirilmiştir. Tez danışmanının da görüşleri alınarak araştırma soruları hazırlanmıştır. Araştırmada kullanılacak görüşme formu ilçedeki yiyecek içecek işletmelerine ve yerel halka uygulanmak üzere, 2 ayrı bölümden oluşup, 8 adet açık uçlu görüşme sorularından oluşmuştur.

3.1.6. Araştırmanın Evren ile Örneklemi

Araştırmanın evrenini; Çubuk ilçesinin merkezi ile köylerinde yaşayan yerel halk, merkezde yer alan yiyecek-içecek ile ilişkili işletmelerin işletme sahipleri ve işletme personelleri oluşturmaktadır.

Araştırmanın örneklemini ise, yerel halktan ulaşılabilen 19 kişi ve ilçede yer alan yiyecek-içecek işletme sahibi, personel, mutfak çalışanlarından oluşan 21 kişi oluşturmaktadır.

Örneklem grubunda yer alan yerel halktan kişileri belirleyebilmek ve bu kişilere ulaşılabilirlik için nitel araştırma yöntemi örnekleme tekniklerinden olasılığa dayalı olmayan teknikler içerisinde yer alan “kartopu örnekleme tekniği” kullanılmıştır. Kartopu

örnekleme tekniğinde, araştırmanın kıstaslarına uygun bir veya birkaç denek tespit edilip, bu deneklerden elde edilen bilgi ve tavsiyelerle diğer deneklere ulaşılmaya çalışılır. Bulunan yeni denekler kartopu gibi gittikçe büyüyerek, aynı özellikleri taşıyan başka deneklere ulaşılması sağlanıp, araştırmacının belirlemiş olduğu örnekleme büyüklüğüne ulaşmaya kadar devam eder (Gürbüz ve Şahin, 2018: 133). Kartopu örnekleme tekniğinde önemli olan nokta ilk teması gerçekleştirmektir. Alan hakkında daha önceden bilgi sahibi olan birinci kişiyle görüşüldükten sonra kartopu etkisi şeklinde örneklem olarak seçilen kütleyi büyütebilmek mümkündür (Altunışık vd., 2007:133). Bu doğrultuda yapılan araştırmaya göre ilk temasın Çubuk'ta doğup büyüyen, Çubuk mutfak kültürünü, yöresel yemeklerini bilen 55 yaş üzeri bir ev hanımı ile olduğu söylenebilir.

Örneklem grubunda yer alan yiyecek-içecek ile ilişkili işletmeler belirleyebilmek ve bu kişilere ulaşabilmek için ise nitel araştırma yöntemi örnekleme tekniklerinden olasılığa dayanan teknikler içerisinde yer alan “Basit Tesadüfi Örnekleme ” modelinden yararlanılmıştır. Basit tesadüfi örnekleme çeşidinde, araştırma evreni içerisindeki her birine örnekleme seçilme için eşit şans verilir. Bu örneklem tekniğinin uygulanabilmesi için çerçeve listesinin araştırmacının elinde olması gerekir. Araştırma evrenini oluşturan birimlerin özellikleri araştırma örnekleme açısından çok önemli değil ve birimlerin özellikleri türdeş ise basit tesadüfi örnekleme tercih edilebilir (Gürbüz ve Şahin, 2018:135).

3.1.7. Görüşme Formunun İçeriği ve Uygulanması

Araştırmanın problem ve amacına uygun olarak görüşme formu, ilçede yaşayan yerel halk ve ilçedeki yiyecek işletmeleri olmak üzere toplam 40 kişi, görüşülen kişilere yönelik iki aşamalı olarak hazırlanmıştır. Görüşme formunun iki aşamadan meydana gelmesinin sebebi, ana problemin cevaplanması açısından, elde edilen bulguların birbirini tamamlayıcı özellikte olmalarıdır (EK-1).

Görüşme formunun ilk aşamasında ilçede yiyecek içecek işletme sahiplerine sorulmasının nedeni, yöresel yiyecek içeceklerin sürdürülebilirliğini temsil etmek, gastronomi turizmine katkılarını ortaya çıkarmaktır. Formun ikinci kısmında, yerel

halktan kaynak kişilere sorulmasının nedeni ise Çubuk mutfağına ait yöresel yiyecek içecekler hakkında ayrıntılı bilgi edinmektir.

Belirlenen bu amaçlar doğrultusunda işletme sahipleri için 5 soru , yerel halk için 3 soru hazırlanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formunda yer alan sorular açık uçlu sorulardır.

Görüşme formunda ilçede yer alan yiyecek içecek işletme sahiplerine ve kurumlara yönelik sorular şu şekildedir;

- İşletmenize gelen müşteri profili daha çok yerli mi yabancı mı turistten oluşmaktadır?
- İşletmenizin menüsünde Çubuk ilçesine ait yiyecek içecekler yer alıyor mu? İşletmenize gelen misafirler, Çubuk ilçesinin yöresel yiyecek içeceklerini talep ediyor mu?
- Çubuk ilçesine ait hangi coğrafi işaretli ürünler ve yöresel yiyecek içecekler yer almaktadır?
- Çubuk ilçesinde yer alan coğrafi işaretli ürünlerin ve yöresel yiyecek içeceklerin bölgenin gastronomi turizmi açısından katkısı olacağını düşünüyor musunuz?
- Çubuk ilçesinin gastronomi turizmi açısından eksik yönleri nelerdir? Varsa bu eksikliklerin giderilebilmesi ne gibi çalışmalar yapılabilir?

Görüşme formunda yerel halka sorulan sorular şu şekildedir;

- Çubuğa özgü bildiğiniz, yöresel yiyecek içecekler ve unutulmaya yüz tutmuş yiyecek içecek var mıdır? Var ise isimleri nedir? Yapılışlarını tarif eder misiniz?
- Bahsettiğiniz yiyecek içeceğin yapılmasının ve tüketilmesinin özel bir zamanı veya özel bir hikayesi var mıdır? Var ise açıklayınız.
- Bahsettiğiniz yiyecek içeceğin hazırlanmasında, pişirilmesini kimden öğrendiniz?

Görüşme formunun uygulaması aşamasında kaynak olan kişilerin müsaitlik durumlarına göre, istedikleri tarih ve saat diliminde gerçekleşmiştir. Görüşmelere başlamadan önce kaynak kişilere ilk olarak yapılan çalışma ve verecekleri cevapların öneminden bahsedip, bilgi alınmaya çalışılmıştır.

3.1.8. Araştırma Verilerinin Analizi

Nitel bir araştırma özelliği taşıyan benzer çalışmalarda, elde edilen verilerin analizinde birçok veri analiz yönteminin benimsendiği görülmüştür. Konu ile ilgili farklı yazarlar tarafından benimsenen bazı nitel veri analiz çeşitleri ve süreçleri şu şekildedir:

İstatiksel veri analizine dayalı nicel araştırmaların tersine nitel araştırmalar insanların öznel düşüncelerini, bakış açılarını keşfetmeleri hedeflemektedir (Storey, 2007).

Wolcott (1994), nitel çalışmaların veri analizinde üç ayrı yol önermektedir. Bunlardan birinci yol, verilerin orijinal formlarına sadık kalınarak gerektiği aşamada kaynak olarak görüşülen kişilerin ifadelerini doğrudan yazıya geçirilerek betimsel bir yaklaşımla okuyucu kitlesine sunmak, ikinci yol; bahsedilen birinci yaklaşımı da içerecek bir şekilde konuyla ilgili nedensel ve açıklayıcı sonuçlara ulaşmak amacıyla sistematik analiz yapmayı yani betimsel bir yaklaşım ile sunulan verilerin konu ile ilgili bazı temalar altında ifade edilmesi ve bu temalar arasında ilişki kurulmasıdır. Üçüncü yöntem ise; birinci ve ikinci yaklaşımı temel alarak araştırmacının kendi yorumlarını da dâhil etmesi sürecini kapsamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016:237).

Çalışma kapsamında, yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen veriler, betimsel analiz yöntemi ile değerlendirilip, yorumlanmıştır. Betimsel içerik analizinde, özellikle incelenen çalışmaların amaçlarına, gerekçelerine, sonuçlarına ve önerilerine ait analizlerde nitel analiz yaklaşımına uygun olarak, kod havuzu oluşturulup, bu kodlara uygun temalandırma yapılır (Ültay vd., 2021).

Bu bağlamda elde edilen veriler görüşme formunda yer alan sorulara göre sınıflandırılmıştır. Veri toplama sırasında elde edilen ek bilgilerin eklenmesi sağlanıp, değerlendirilip, yorumlanmıştır. Son olarak görüşmeler sırasında tespit edilen durumlar,

bulgular bölümünde açığa çıkarılan veriler arasında ilişki kurularak araştırmanın sonuç ve öneriler bölümü hazırlanmıştır.

3.1.9. Araştırmanın Güvenilirlik ve Geçerlilik Kriterlerinin Sağlanması

Bilimsel çalışmalarda önemli konulardan biri çalışmaların güvenilirlik ve geçerlilik kriterleridir. Yapılan çalışma kapsamında bu iki kavram araştırmanın başlangıcından bitişine kadar geçen her süreçte en iyi şekilde korunup, sürdürülmüştür. Guba ve Lincoln nitel araştırmalarda geçerlik güvenilirlikten ziyade inandırıcılık olması gerektiğine dikkat çekmiş ve bazı kriterler belirlemiştir (Houser, 2015; Merriam, 2013; Whitemore, Chase ve Mandle, 2001). Bu kriterler altın standart olarak literatürde yer almıştır. Guba ve Lincoln (1982) inandırıcılık için kriterleri inanılrlık, güvenilebilirlik, onaylanabilirlik ve aktarılabilirlik olmak üzere dört ana başlık altında toplamıştır.

Konu hakkında ayrıntılı bilgi sahibi olduğuna inanılan ve kaynak olarak belirtilen kişilerin söylemlerine araştırmanın bulgular kısmında doğrudan yer verilerek çalışmanın geçerliliğin sağlanması amaçlanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin araştırmanın amaçlarına uygun olması da çalışmanın geçerliliğini destekleyici yöndedir. Çalışmanın geçerliliğini artıran bir diğer noktada araştırmacının iyi bir dinleyici olup, verilerin doğru bir şekilde kayıt altına alınmasıdır.

Çalışmadaki güvenilirliği arttırmak için görüşmeler kaynak kişilerin rahat hissettikleri yer ve zamanda gerçekleştirilmiştir. Kaynak kişilerin görüşme formunda yer alan sorulara vermiş oldukları bilgiler öznel ve önyargılardan uzak durularak yorumlar geliştirilmiştir. Kaynak kişilerin görüşme formunda yer alan sorulara vermiş oldukları bilgilere çalışma içerisinde yer verip daha sonrasında yorumlamalarda bulunmak çalışmanın güvenilirliğini artırabileceği düşünülmektedir.

4. BÖLÜM

BULGULAR

4.1. BİRİNCİ ÖRNEKLEM GRUBUNUN DEĞİŞKENLERİNE İLİŞKİN BULGULAR

Araştırma kapsamında her bir işletmeden görüşülen kişiler ile ilgili bilgiler oran ve yüzde dağılımlarıyla Tablo 1’de verilmiştir. Katılımcılar ile ilgili verilen bu bilgilerde sırasıyla görüşülen her bir kişinin cinsiyeti, yaşı, eğitim düzeyi, bulunduğu işletmedeki pozisyonu ve sektördeki deneyim süresi belirtilmektedir. Bununla birlikte araştırma etiğine uygun olarak katılımcıların kimliklerini açık bir şekilde belirtmemek amacıyla metot kısmında her bir yiyecek içecek işletmesindeki kişiler için K1, K2, K3... şeklinde, kodlanmış olup, belirtilen bu sıra görüşme sırasını temsil etmemektedir.

Tablo 1. Yiyecek İçecek İşletmelerinden Görüşme Yapılan Kişilerin Demografik Özellikleri

	Gruplar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	8	38,0
	Erkek	13	62,0
	Toplam	21	100
Yaş	20-29 yaş	1	4,8
	30-39 yaş	5	23,8
	40-49 yaş	6	28,6
	50-59 yaş	7	33,3
	60-69 yaş	2	9,5
	Toplam	21	100
Eğitim Düzeyi	İlkokul	13	61,9
	Lise	5	23,8
	Üniversite	3	14,3
	Toplam	21	100
Meslek	İşletme Sahibi	5	23,8
	İşletme Çalışanı	6	28,6
	Mutfak şefi	4	19,0
	Mutfak Elemanı	6	28,6
	Toplam	21	100
Sektör Deneyim Süresi	5 yıldan az	1	4,8
	5-10 yıl	5	23,8
	11-20 yıl	6	28,6
	21-30 yıl	7	33,3
	31-40 yıl	2	9,5
	Toplam	21	100

Tablo 1’de görüldüğü üzere katılımcıların %38’i kadın, %62’ si erkektir. Katılımcıların yaş aralığına bakıldığında, %4,8’inin 20-29 yaş arası, %23,8’inin 30-39 yaş arası, %28,6’sının 40-49 yaş arası, %33,3’ünün 50-59 yaş arası ve %9,5’inin 60-69 yaş arasında olduğu tespit edilmiştir. Buna göre yapılan araştırmada, yer alan katılımcıların çoğunluğunun erkek olduğu ve katılımcıların ağırlıklı olarak %33,3’lük bir oranla 50-59 yaş arasında bulunan kişilerden oluştuğu ifade edilebilir.

Katılımcıların eğitim düzeyi ile ilgili bilgilere bakıldığında, %61,9 ‘u ilkokul mezunu, %23,8’i lise mezunu, %14,3’ü üniversite mezunu olduğu söylenebilir. Elde edilen verilere göre katılımcıların çoğunu %61,9 oran ile ilkokul mezunları oluşturmaktadır.

Katılımcıların meslek ile ilgili verilerine bakıldığında %23,8’lik oran ile işletme sahibi, %28,6’lık oran işletme çalışanı, %19’luk oran ile mutfak şefi, %28,6’lık oran ile mutfak elemanından oluştuğu görülmüştür. Elde edilen verilere göre katılımcıların çoğunu %28,6 lık oranla İşletme ve mutfak çalışanları oluşturmaktadır.

Katılımcıların sektör deneyim süreleri ile ilgili bilgiler incelendiğinde, %4,8’i 5 yıldan az, %23,8’i 5-10 yıl arası, %28,6’sı 11-20 yıl arası, %33,3’ü 21-30 yıl arası, %9,5’i 31-40 yıl arasında olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen verilere göre katılımcıların çoğu %33,3’lük oranla 21-30 yıl arası sektör tecrübesi oldukları tespit edilmiştir.

4.2. İKİNCİ ÖRNEKLEM GRUBUNUN DEĞİŞKENLERİNE İLİŞKİN BULGULAR

Araştırma kapsamında yerel halktan görüşülen kişiler ile ilgili bilgiler oran ve yüzde dağılımlarıyla Tablo 2 ‘de verilmiştir. Katılımcılar ile ilgili verilen bilgilerde sırasıyla görüşülen her bir kişinin cinsiyeti, yaşı, medeni durumu, eğitim düzeyi, mesleği ve doğum yeri belirtilmektedir.

Tablo 2. Yerel Halktan Görüşülen Kişilerin Demografik Özellikleri

Değişkenler	Gruplar	Frekans(n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	14	73,7
	Erkek	5	26,3
	Toplam	19	100
Yaş	20-29 yaş	1	5,2
	30-39 yaş	5	26,3
	40-49 yaş	6	31,6
	50-59 yaş	4	21,1
	60-69 yaş	3	15,8
	Toplam	19	100
Medeni Durum	Evli	15	78,9
	Bekar	4	21,1
	Toplam	19	100
Eğitim Düzeyi	İlkokul	12	63,2
	Lise	5	26,3
	Üniversite	2	10,5
	Toplam	19	100
Meslek	Ev hanımı	10	52,7
	Emlakçı	1	5,2
	Öğretmen	2	10,55
	Çiftçi	2	10,55
	Emekli	1	5,2
	Serbest meslek	3	15,8
	Toplam	19	100
Doğum Yeri	Yukarı Çavundur	5	26,3
	Kızılcahamam	2	10,5
	Kuruçay	4	21,1
	Akkuzu	4	21,1
	Camili	3	15,8
	Güldarpı	1	5,2
	Toplam	19	100

Tablo 2 incelendiğinde katılımcıların %73,7 ‘si kadın, %26,3’ü erkekten oluşmaktadır. Katılımcıların %5,2’sinin 20-29 yaş, %26,3’ünün 30-39 yaş, %31,6’sının 40-49 yaş, %21,1’inin 50-59 yaş, %15,8’inin 60-69 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Buna göre yapılan araştırma kapsamında katılımcıların çoğunun kadın olduğu ve ağırlıklı olarak 40-49 yaş aralığından oluştuğu söylenebilir.

Katılımcıların medeni durum ile ilgili bilgilere bakıldığında, %78,9 ‘u evli, %21,1’i bekar olduğu tespit edilmiştir. Buna göre yapılan araştırma kapsamında katılımcıların çoğunun %78,9’ luk oran ile evli olduğu ifade edilebilir.

Katılımcıların eğitim seviyesi ile ilgili veriler incelendiğinde, %63,1’i ilkokul, %26,3’ü lise, %10,6’sı üniversite mezunu olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre katılımcıların çoğunun %63,1’lik oranla ilkokul mezunu olduğu belirtilebilir.

Katılımcıların meslekleriyle ilgili veriler incelendiğinde, %52,6'sı ev hanımı, %5,2'si emlakçı, %10,6'sı öğretmen, %10,6'sı çiftçi, %5,2 'si emekli ve %15,8'i serbest meslekten oluşmaktadır. Elde edilen sonuçlara göre katılımcıların çoğunun %52,6'lık oranla ev hanımından oluştuğu görülmektedir.

Katılımcıların doğum yerleriyle ilgili veriler incelendiğinde, %26,3'ü Yukarı Çavundur , %10,5'i Kızılcahamam,%21,1'i Kuruçay ve Akkuzu, %15,8'i Camili, %5,2'si Güldarpı doğumlu olduğu tespit edilmiştir. Buna göre, katılımcıların çoğunluğunun Yukarı Çavundur doğumlu olduğu ifade edilebilir.

4.3. YÖRESEL YİYECEK İÇEÇEKLERİN TARİFLERİNİ YEREL HALK KATILIMCILARINA ÖĞRETEN ÖĞRETİCİLERİN CİNSİYETLERİNE İLİŞKİN BULGULAR

Tablo 3.'de araştırma kapsamında yerel halktan olan katılımcılara "İlçeye ait yöresel yiyecek içecek tariflerini kimden öğrendiniz?" Sorusuna verilen cevaplara ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

Tablo 3. Öğreticilerin Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

Değişken	Grup	Frekans (n)	Yüzde (%)
Öğretici	Kadın	16	84,2
	Erkek	3	15,8
	Toplam	19	100

Tablo 3' te görüldüğü üzere araştırma kapsamında yöresel yiyecek ve içecekleri katılımcılara öğreten kişilerin cinsiyetlerine bakıldığında %84,2'lik oranla kadın, %15,8'lik oranla erkek olduğu tespit edilmiştir. Buna göre araştırma kapsamında yöresel yiyecekleri katılımcılara öğreten kişilerin çoğunlukla kadın olduğu görülmektedir.

4.4. ÇUBUK İLÇESİNE AİT YÖRESEL YİYECEK İÇEÇEKLERİN SINIFLANDIRILMASI

Tablo 4'te yapılan araştırma kapsamında elde edilen yöresel yiyecek içeceklere yer verilmiş ve elde edilen veriler incelenerek sınıflandırılmıştır.

Tablo 4. Çubuk Yöresel Yiyecek İçeceklerin Sınıflandırılması

KATEGORİ	YÖRESEL YİYECEK İÇECEKLER
Hamur İşleri	Gözleme, Bazlama, Tandır Böreği, Yazma Çöreği, Kömbe, Kete, Bazlama, Döşeme ekmek, Köy Somunu, Şebit, Tongul, Taze Erişte, Ele Serpme, Bükme, Nokul, Soğanlı Pide, Kesme Çörek, Hosaman Çöreği, Üç Kulak (Hamırsız Çöreği), Ay Çöreği, Cızlama, Kete
Et yemekleri	Homaça, Etli Yaprak Sarması, Tirit, kaz Bandırması, Nohut Yahni, Pöçük Aşı, Toğalak (Sulu Köfte), Kelem Dolması, Mıhlama, Keşkek, Kuru Köfte
Sebze Yemekleri	Halep (Patlıcan), Biber Kurutması Yemeği, Gök Fasulye Biber Kurutması, Pancar Kavurması, Fasulye kurusu Yemeği, Madımak Yemeği
Tatlılar	Hoşmerim, Malak hamuru, Kaygana (Krep), Yoğurt Tatlısı, Haside Tatlısı, Öküz Helvası, Ağız, Tuzlu Sütlaç, Guymak, Baklava, Kavut Helvası, Karlama (Kar Helvası)
Çorbalar	Tarhana Çorbası, Yoğurt Çorbası (Sarımsaklı ve Sarımsaksız), Miyane Çorbası, Sakala Sünen Çorba, Yalancı İşkembe, Toyga Aşı, Yarma Tarhanası, Un tarhanası, Tuzlu Aşure, Bulgur Çorbası, Dutmaç Çorbası, Gatma Aşı, Tandır Aşı Çorbası
İçecekler	Vişne Suyu, Vişne Kompostosu, Kuşburnu Çayı

Araştırma kapsamında Tablo 5’te görüldüğü üzere, 24 adet hamur işi, 11 adet et yemeği, 6 adet sebze yemeği, 13 adet tatlı, 13 adet çorba, 3 adet yöresel içecek isimlerine ulaşılmıştır. Bunlardan bazılarının tarifleri belirtilmiştir.

4.5. ÇUBUK YÖRESEL YEMEKLERİNİN YEREL KATILIMCILAR TARAFINDAN BİLİNME DURUMU VE ÇUBUĞA ÖZGÜ UNUTULMAYA YÜZ TUTMUŞ YÖRESEL YİYECEK İÇECEKLERİN VE COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜNLERİNE İLİŞKİN BULGULAR

Tablo 5’te belirlenen “Çubuk Yöresel Yemeklerinin Katılımcılar Tarafından Bilinme Durumu ve Çubuk ilçesine ait coğrafi işaretli ürünleri ve ilçeye ait unutulmaya yüz tutmuş yöresel yiyecek içecekleri nelerdir?” Sorusuna cevap aranmıştır.

Tablo 5. Çubuk Yöresel Yemeklerinin Yerel Katılımcılar Tarafından Bilinme Durumu ve Çubuğa Özgü Unutulmaya Yüz Tutmuş Yöresel Yiyecek İçeceklerin ve Coğrafi İşaretli Ürünlerine İlişkin Görüşleri

Kategoriler	Katılımcı Sayısı	Kodlar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Çubuğun Yöresel Yemeklerinin Bilinme Durumu	19	Evet Biliyorum	13	68,4
		Hayır Bilmiyorum	3	15,8
		Kısmen Biliyorum	3	15,8
		Toplam	19	100
Çubuğun Unutulmaya Yüz Tutmuş Yöresel Yemekleri	19	Hoşmerim	11	57,9
		Döşeme Ekmek	9	47,3
		Tongul	4	21,1
		Kavut helvası	3	15,8
		Malak Hamuru	8	42,2
		Hosaman Çöreği	4	21,1
		Toğalak	2	10,55
		Kaz Bandırması	4	21,1
Coğrafi İşaretli Ürünler	19	Turşu	17	89,4
		Vişne	5	23,8
		Homaça	5	23,8

Tablo 5’te Araştırma için görüşülen kişilere ‘‘Çubuğun Yöresel Yemeklerini biliyor musunuz?’’ Sorusuna verilen yanıtlarda, bilinme oranı %68,4, bilinmeme oranı %15,8, kısmen bilinme oranı da %15,8 olarak belirlenmiştir. Çubuğun yöresel yemeklerini bilen bir katılımcının ifadesi şöyledir;

Çubuk yöresel yemeklerini biliyorum. Yaşım 54. Çocukluğumda hatırladığım lezzetleri özliyorum. Ben de kendi çocuklarıma annemden öğrendiğim bu tatları aktarmaya çalışıyorum (K3).

Tablo 5’te Araştırma için görüşülen kişilere ‘‘Çubuğa özgü bildiğiniz unutulmaya yüz tutmuş yemeklerden neler vardır?’’ sorusuna verilen cevaplar sonucu en fazla %57,9 ‘luk oran ile hoşmerim tatlısı, %47,3’lük oran ile Döşeme Ekmek, %21,1 ‘lik oranla Tongul, Hosaman Çöreği, Kaz Bandırması, %42,2’lik oranla Malak Hamuru, %10,6’lık oranla togalak yemeği unutulmaya yüz tutmuş yemekleri arasında yerini almıştır. Konuyla alakalı bazı katılımcıların görüşleri şu şekildedir;

Bu yemeklerin çoğu o zamanın şartlarından, çoğunlukla maddi imkansızlığın yetersizliğinden çıkmış yemeklerdir. Örneğin malak hamuru o zamanlar hemen her evde bulunan un, su, yağ, pekmezden oluşan doğaçlama oluşan bir tatlıdır(K13).

Başka bir katılımcının ifadesi şu şekildedir;

Artık günümüz şartlarıyla eski yöresel yemekler aynı tadı vermiyor. Örneğin döşeme ekmeğin tandırda odun ateşiyle pişmesi gerekiyor. Bu imkânı da bulmak artık zorlaştı(K7,K1).

Tablo 6 ‘da araştırma kapsamında Çubuğa ait bildiğiniz coğrafi işaretli ürünler nelerdir? Soruna alınan cevaplar ise %89,4 oran ile Çubuk Turşusu onu %23,8’lik oranla vişne ve homaça yemeği takip etmiştir. Konuyla ilgili bazı katılımcıların ifadesi şöyledir;

Çubuk Turşumuz dünyaca ün salmış tescilli bir üründür. Turşumuzun diğer turşulardan farkı Çubuk ilçemizdeki bol mineralli sudan kaynaklanmaktadır. Ayrıca ilçemizin havası ve verimli topraklarımız, burada yetişen sebzeleri özel kılmaktadır. Hatta Ankara’dan çok insan perşembe günü kurulan pazarımıza özellikle alışveriş için gelmektedir. Turşumuz coğrafi işaret olarak tanınırlığı daha da artmıştır (K17).

Başka bir katılımcının ifadesi şu şekildedir;

Düğünlerimizin baş yemeklerinden olan homaça yemeğinin coğrafi işaret olarak Çubuk'ta yaşayan insanlar dışında da tanınması ve tadılması bizleri mutlu ediyor (K5).

4.6. ÇUBUK İLÇESİNDE İŞLETMELERİN İLÇEYE AİT YÖRESEL YİYECEK İÇECEKLERİNİN MENÜSÜNDE YER VERMESİNE İLİŞKİN BULGULAR

Katılımcılara araştırma kapsamında ‘‘İlçedeki işletmeler yöresel yiyecek içecekleri menülerinde yer veriyor mu?’’ Sorusu sorulmuştur. Soruya verdikleri cevaplar incelenmiş, görüşleri Tablo 6’de gruplandırılmıştır.

Tablo 6. İşletmelerin Yöresel Yiyecek İçeceklere Menülerinde Yer Vermeye ve Verilen Öneme Yönelik Bulgular

Kategoriler	Kodlar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Yöresel Yiyecek İçeceklere Verilen Önem	Gereken Önem Veriliyor	2	9,5
	Gereken Önem Verilmiyor	16	76,2
	Kısmen Önem veriliyor	3	14,3
	Toplam	21	100
Yöresel Yemeklerin Menülerde Yer Alma Durumu	Menüde Yer Veriliyor	2	9,5
	Menüde Yer Verilmiyor	17	81,0
	Menüde Kısmen Yer Veriliyor	2	9,5
	Toplam	21	100

Tablo 6.’de Araştırma kapsamında görüşülen kişilere ‘‘Çubuktaki yiyecek içecek ile ilgili işletmeler ilçeye ait yöresel içeceklere gereken önemi veriyor mu?’’ Sorusuna %9,5’lik oranla gereken önem veriliyor, %76,2’lik oranla gereken önem verilmiyor sonucu çıkmıştır. Bu konu ile ilgili bazı katılımcıların görüşleri şöyledir;

Çubuk’ta bir iki işletme dışında yöresel yemek yapan dükkân yok. Bunun sebebi yöresel yemeklerden örneğin homaçanın meşakkatli yapımı. Et fiyatlarının gün geçtikçe yükselmesi de maliyeti artırıyor. Dolayısıyla yüksek fiyatlı üründe çok tercih edilmiyor (K8, K11).

Bir başka katılımcı da görüşünü şöyle ifade etmiştir;

Yöresel yiyecek içeceklerin yapımında kullanılan pişirme yöntemleri orijinalinden uzaklaşabiliyor. Örneğin yöresel hamur işlerimizden olan tandır böreği, yazma çöreği günümüz şartlarına göre uyarlanıp elektrikli fırında pişirilmektedir. Oysaki orijinalinde bu böreklerin yapımında bakır tepsiye konulup üzerine ateş konulup tandırda pişerdi (K1).

Ayrıca katılımcılara Tablo 6’de ‘‘Çubukta bulunan işletmeler yöresel yemeklere menülerinde yer veriyor mu?’’Sorusuna verilen yanıtlar incelendiğinde, %9,5’luk oranla yer verildiğini, %81,0’lık oran ile yer verilmediğini, %9,5’luk oranla da kısmen yer verildiğini bildirmişlerdir.

Bu konuyla ilgili bazı katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

Yeni nesil yöresel yemekleri pek tercih etmiyor. Yüksek fiyatların da bunda etkisi var. İnsanlar, tavuk döner, kır pidesi gibi daha ucuz gıdalara yöneliyor(K20).

Bir başka katılımcının görüşleri ise şu şekilde ifade etmiştir;

İnsanlar özledikleri lezzetleri tatmaları açısından yöresel yemekleri tercih ediyorlar. Özellikle ilçemize gelen misafirler, özellikle yöresel lezzetlere karşı çok ilgililer. Özellikle Çubuk ilçesini yakından tanımak için, yöresel lezzetleri tatmak konusunda menülerinde bu lezzetleri barındıran işletmeleri tercih ediyorlar(K21).

4.7. İŞLETMELERİN MÜŞTERİ POTANSİYELİNE İLİŞKİN BULGULAR

Yapılan araştırma kapsamında her bir işletmeden görüşülen kişilere işletmelerinin müşteri potansiyelinin ne tür kişiler olduğu sorulmuştur. Verilen cevaplara göre Tablo 7. oluşturulmuştur.

Tablo 7. İşletmelerin Müşteri Potansiyeli

İşletmelerin müşteri kitlesi	Frekans(n)	Yüzde (%)
Hem yerli turist hem yabancı turist	3	14,3
Yerli turist ağırlıklı	18	85,7
Toplam	21	100

Tablo 7’de görüldüğü üzere her bir işletmeden görüşülen kişilere ‘‘İşletmenizin müşteri potansiyeli ne tür kişilerden oluşmaktadır?’’ Sorusu sorulmuştur. Verilen

cevaplara göre %14,3'lük oranla hem yerli hem yabancı turist ağırlıklı, %85,7'lik oranla yerli turist ağırlıklı olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen veriler sonucunda müşteri potansiyelinin %85,7'lik oranla yerli turist olduğu tespit edilmiştir. Bununla ilgili olarak bazı katılımcıların ifadeleri şöyledir;

Çubuk'ta yabancı misafir çok ender olur. Gelen ziyaretçiler genellikle yerli turistten oluşur (K7).

Çubuğun nüfusu, festival, pazar zamanlarında yerli turistin ilçemize gelmesiyle oldukça artar. Yerli turistin ekonomimize katkısı oldukça fazla. Özellikle Eylül ayındaki festival zamanı işletmelerimiz oldukça iyi iş yapar (K1, K10, K6).

4.8. İŞLETME MENÜLERİNDE YER ALAN ÇUBUK YÖRESEL İÇECEKLERİN VE COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜNLERLE İLGİLİ BULGULAR

Katılımcılara işletmeden görüşülen kişilere dördüncü soru olarak işletmelerinin menülerinde Çubuğa özgü hangi yöresel içecekleri ve coğrafi işaretli ürünleri olduğu sorulmuştur. Dördüncü soruya verilen cevaplar incelenmiş ardından Tablo 8 oluşturulmuştur.

Tablo 8. Katılımcıların İşletme Menülerinde Yer Alan Çubuk Yöresel Yiyecek İçecekler yiyecek ve Coğrafi İşaretli Ürünlerle İlgili Bulgular

Yer Verilen Yöresel Yiyecek İçecekler ve Coğrafi İşaretli Ürünler	Katılımcı Sayısı	Frekans (n)	Yüzde (%)
Tandır Böreği	21	6	28,6
Yazma Çöreği	21	6	28,6
Baklava	21	5	23,8
Homaça	21	3	14,3
Turşu	21	17	81,0
Bazlama	21	11	52,3
Gözleme	21	10	47,6
Taze Erişte	21	10	47,6
Köy Somunu	21	4	19,0

Tablo 8'de görüldüğü üzere her bir işletmeden görüşülen kişilere işletmenizdeki menüde Çubuğa özgü yöresel yiyeceklerden ve coğrafi işaretli ürünlerden hangileri vardır sorusu yöneltmiştir. Verilen yanıtlar sonucunda, menülerinde en fazla %81,0 ile Çubuk

Turşusu çıkmıştır. %52,3'lük oran ile bazlama, %47,6'lık oranla gözleme ve taze erişte%28,6'lık oranla tandır böreği ve yazma çöreği, %23,8'lik oranla baklava, %19,0'lik oranla köy somunu, %14,3'lük oranla Homaça çıkmıştır. Bu konu ile ilgili olarak bazı katılımcıların görüşleri şöyledir;

Çubuğa gelen misafirlerin ilk sordukları yiyecek genelde turşu oluyor. Turşumuz hemen her yiyecek içecek işletmemizde sunulur. Dışardan gelen misafirlerin çoğu turşu almaya geldiklerini, diğer lezzetlerle geldikleri zaman tesadüfen tanışıp beğeniyorlar (K7, K15).

Bir başka katılımcının ifadesi de şöyledir;

Yöresel yiyeceklerimizden aynı zamanda coğrafi işaret tescili olan homaçayı çoğunlukla Çubuk yerli halkı biliyor. Yanı başımızdaki Ankara'dan gelen misafirler bile buraya gelince öğreniyor. Eylül ayında yapılan Çubuk Turşu Festivalinin de katkılarıyla homaça yemeğimiz artık tanınmaya başladı (K8, K19,K16).

Bir başka katılımcının ifadesi de şöyledir;

Hemen her Çubuk'ta yaşayan insanımızın bildiği tandır böreği, yazma çöreği gibi yöresel tatlarımızın yapılışını gençlerimize de öğretmeye çalışıyoruz. Büyüklerimizden öğrendiğimiz bu tatları, küçüklere de aktararak unutulmasını önlemeliyiz(K20).

4.9. İŞLETMELERDE YER ALAN YÖRESEL YİYECEK İÇECEKLERİN VE COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLERİN GASTRONOMİ TURİZMİNE KATKILARINA İLİŞKİN BULGULAR

Araştırma kapsamında katılımcılara beşinci soru olarak işletmenizde yer alan yöresel yiyecek içecekler ve coğrafi işaretli ürünlerinin gastronomi turizmine katkıları hakkındaki düşünceleri sorulmuştur. Beşinci soruya verilen yanıtlar incelenmiş ve katılımcıların görüşleri Tablo 9'da belirtilmiştir.

Tablo 9. İşletmelerin Yöresel Yiyecek İçecek ve Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gastronomi Turizmi Potansiyeline Katkıları Hakkındaki Görüşleri

Yöresel yiyecek içeceklerin ve coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizme katkıları	Frekans(n)	Yüzde (%)
Katkısı az	2	9,6
Katkısı çok	19	90,4
Toplam	21	100

Tablo 9 ‘da görüldüğü üzere her bir yiyecek içecek işletmelerindeki katılımcıya ‘‘Çubuk mutfağında yer alan yöresel yiyecek içeceklerin ve coğrafi işaretli ürünlerinin gastronomi turizmine katkıları hakkındaki düşünceleriniz nelerdir’’? Sorusu sorulmuştur. Verilen cevaplar incelendiğinde %9,6’lık bir oranla katkısı az, %90,4’lük bir oranla katkısının çok olduğu aktarılmıştır. Konu ile ilişkili olarak bazı katılımcıların ifadeleri şöyledir;

Evet kesinlikle katkısının çok olduğuna inanıyorum. Sırf turşu almak için bile ilçemize binlerce insan gelmektedir(K11).

Bir başka katılımcının ifadesi şöyledir;

Ben katkısı olduğunu düşünmüyorum. Sonuçta dünya hızla değişiyor. Beslenme kültürü de bu hıza uymak zorunda. Ayrıca coğrafi işaretli ürün etiketi ya da organik ibaresi işin içine girince fiyatlar da yükseliyor(K4).

Başka bir katılımcının ifadesi şöyledir;

Katkısının oldukça fazla olduğunu düşünüyorum. Çubuğumuzun yöresel yiyeceklerinin yeteri kadar tanıtılmadığını düşünüyorum. Örneğin Beypazarı bu konuda oldukça başarılı reklam ve tanıtım çalışmaları yapıyor. Bence Çubuğunda reklam ve tanıtım çalışmalarına daha çok yer vermesi gerekiyor. En son yapılan Çubuk Turşu ve Kültür Festivalinin konsepti Gastronomi Turizmiydi. Bu başarılı bir çalışmaydı. Çalışmaların devamını dilerim (K12, K5, K14).

4.10. ÇUBUĞUN GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN EKSİK YÖNLERİ VE GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA YAPILMASI GEREKENLERE İLİŞKİN BULGULAR

Araştırma kapsamında işletmelere “Çubuk ilçesinin gastronomi turizmi açısından eksik yönleri nelerdir ve bu kapsamda yapılması gerekenler neler olabilir?” Soruları yöneltilmiştir. Verilen cevaplar incelenmiş ve katılımcıların konu ile ilişkin görüşleri Tablo 10’de belirtilmiştir.

Tablo 10. İşletmelerin Çubukun Gastronomi Turizmi Açısından Eksik Yönleri ve Gastronomi Turizmi Kapsamında Yapılması Gerekenler Hakkındaki Görüşleri

Kategoriler	Katılımcı Sayısı	Kodlar	Frekans(n)	Yüzde (%)
Gastronomi Turizm Eksik Yönleri	21	Satış ve Pazarlama	15	71,4
		Reklam ve Halkla İlişkiler	13	61,9
		Yöresel Lokantaların Yetersizliği	12	57,1
		Yerel Halkın ve İşletmelerin Yöresel Yemeklere Yeteri Kadar Önem Vermemesi	10	47,6
Gastronomi Turizm Kapsamında Yapılması Gerekenler	21	Tanıtım Faaliyetleri	16	76,1
		Yöresel Pazarlar	11	52,3
		Yöresel Festivaller	11	52,3
		Gastronomi Turları	8	38,0
		Sosyal medya Kanalları	9	42,9
		Yöresel Yemeklerin Tescillenmesi	7	33,3

Tablo 10 ‘da görüldüğü üzere, “Çubukun gastronomi turizmi açısından eksik yönleri nelerdir?” Sorusu yöneltilmiştir. Verilen cevaplar incelendiğinde, katılımcılar, %71,4 ‘lük oranla 15 kişi satış ve pazarlama, %61,9’luk oranla 13 kişi reklam ve halkla ilişkiler, %57,1’lik bir oranla 12 kişi yöresel lokantaların yetersizliği, %47,6’lık oranla 10 kişi yerel halkın ve işletmelerin yöresel yemeklere yeteri kadar önem vermemesi olarak belirtmişlerdir. Konu ile ilgili bazı katılımcıların ifadeleri şöyledir;

Çubukun gastronomi turizmi bakımından tanıtımın zayıf olduğunu düşünüyorum. Bu konuyla ilgili reklam, satış pazarlamanın da yetersiz olduğunu düşünüyorum.(K20).

Tablo 10’de katılımcılara ‘‘Çubuk’ta Gastronomi Turizm kapsamında neler yapılabilir?’’ Sorusu yöneltilmiştir. Verilen cevaplar incelendiğinde, katılımcılar %76,1’lik oranla 16 kişi tanıtım faaliyetleri, %52,3’lük oranla 11 kişi yöresel pazarlar ve festivaller, %38,0’lık oranla 8 kişi gastronomi turları, %42,9’lık oranla 9 kişi sosyal medya kanalları, %33,3’lük oranla 7 kişi yöresel yemeklerin tescillenmesi olarak belirtmişlerdir.

Konu ile ilgili bazı katılımcıların ifadeleri şöyledir;

Çubuk’ta gastronomi kapsamında tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmeli. Çubuk yerel lezzetleri tanıtmak ve dolayısıyla Çubuğun daha çok tanınması ekonomimizi de canlandıracaktır (K3,K21).

Bir başka katılımcıların görüşleri şöyledir;

Çubuğa yönelik gastronomi turlarının yapılmasını sağlamak oldukça önemli. Başkentimize 60 km olan, Esenboğa Havalimanı sınırları içerisinde olan Çubuk için gastronomi rotaları oluşturulabilir (K6,K11).

Yöresel yiyecek içeceklerimiz ve coğrafi işaretli ürünlerimizin tanıtımı, pazarlaması ve satışına yönelik sosyal medyada çalışmalar yapılması gerek. Sosyal medya sayesinde uluslararası insanlara ulaşmak ve merak uyandırmak gerektiğini düşünüyorum (K14, K18).

4.11. YÖRESEL YİYECEK İÇECEKLERİN İŞLETMELERİN TERCİH EDİLMESİNDEKİ ROLÜNE İLİŞKİN BULGULAR

Araştırma kapsamında, katılımcılara Çubuk yöresel yiyecek içeceklerin işletmelerin tercih edilmesinde rolü olup olmadığı sorulmuştur. Aynı soru içerisinde işletmelerine gelen kişilerin, yöresel yiyecek içecekleri talep edip etmediği sorulmuştur. Yedinci soruya verilen cevaplar incelenmiş ve Çubuk yöresel yiyecek içeceklerin işletmelerin tercih edilmesindeki rolü Tablo 11’de belirtilmiştir.

Tablo 11. Çubuk Yöresel Yiyecek İçeceklerin İşletmelerdeki Tercih Edilmesindeki Rolü

Yöresel yiyecek ve içeceklerin işletmelerdeki rolü	Frekans (n)	Yüzde (%)
Rolü var	16	76,2
Rolü yok	5	23,8
Toplam	21	100
Yöresel yiyecek içeceklerin talep edilme durumu		
Soruluyor/ Talep ediliyor	15	71,4
Sorulmuyor/Talep edilmiyor	6	28,6
Toplam	21	100

Tablo 11’de görüldüğü üzere her bir işletmeden görüşülen kişilere “Çubuk yöresel yiyecek ve içeceklerinin işletmelerdeki rolü nedir? İşletmenize gelen kişiler yöresel yiyecek içecekleri talep ediyor mu?” Soruları yöneltilmiştir. Verilen yanıtların incelenmesi sonucu %76,2’lik oranla rolü olduğu, %23,8’lik oranla da rolü olmadığı tespit edilmiştir. Konuyla ilgili ortak cevaplar bulunmakla birlikte bazı katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

Özellikle Çubuk dışından gelen misafirler yöresel yemeklerimizi merak ediyor ve tatmak istiyorlar. Beğendiklerini söyleyip, tekrar geleceklerini ve çevrelerine de tavsiye edeceklerini belirtiyorlar. Bu durum bizi memnun ediyor (K13, K8).

Bizim işletmemiz fast food tarzı menü içeren bir işletme olduğu için yöresel yemek sunmuyoruz. Gelen müşterilerimizde menümüzden haberdar olduğundan, yöresel yiyecek ve içeceklerin işletmemizin tercih edilmesinde herhangi bir rolü yoktur (K1, K3, K7).

“İşletmenize gelen kişiler, yöresel yiyecek ve içecekleri talep ediyor mu?” Sorusu sorulmuş ve verilen cevaplar incelendiğinde, %71,4’lük oran talep ediyor, soruyor, %28,6’lık oran talep etmiyor ve sormuyor sonucu çıkmıştır. Konuyla ilgili bir katılımcının görüşleri şöyledir;

Hamur işlerimizden tandır böreği, yazma çöreği, gözleme, bazlama en çok sorulan ve talep edilen ürünlerimizden. Yöresel lezzetler satan bir işletme olduğumuz için ilgi büyük ve satışlarımız güzel (K5).

4.12. ÇUBUK İLÇESİNİN TANITIMINDA YÖRESEL YİYECEK İÇECEK VE COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜNLERİN ETKİLERİNE İLİŞKİN BULGULAR

Araştırma kapsamında ‘‘İşletmelerin Çubuk ilçesinin tanıtımında yöresel yiyecek içecek ve coğrafi işaretli ürünlerin etkileri neler olabilir?’’ Sorusu sorulmuştur. Verilen cevaplar incelenmiş ve Tablo 12’de ilgili görüşler belirtilmiştir.

Tablo 12. İşletmelerin Çubuk İlçesinin Tanıtımında Yöresel Yiyecek İçeceklerin ve Coğrafi İşaretli Ürünlerin Katkısı Hakkındaki Görüşleri

Tanıtımında yöresel yiyecek içeceklerin ve coğrafi işaretli ürünlerin katkısı	Frekans (n)	Yüzde (%)
Katkısı çok	18	85,7
Katkısı az	3	14,3
Toplam	21	100

Alınan cevaplara göre, %85,7’lik bir oranla tanıtımında yöresel yiyecek içeceklerin ve coğrafi işaretli ürünlerin katkısının çok olduğu, %14,3’lük oranla da katkısının az olduğunu belirtmiştir. Konuyla ilgili katılımcıların görüşleri şöyledir;

Çubuğun tanıtımında yöresel gıdaların ve coğrafi işaretli ürünlerin katkısının çok olduğunu düşünüyorum. Sadece turşumuz bile Çubuk ilçesinin adının duyulmasını sağlamıştır (K19, K20).

4.13. ARAŞTIRMA SONUCUNDA ELDE EDİLEN UNUTULMAYA YÜZ TUTMUŞ BAZI REÇETELER VE BAZI YÖRESEL YİYECEK İÇECEK TARİFLERİ

Toplamda reçetesi hazırlanmış 37 adet yöresel yiyecek içecek tespit edilmiştir. Reçeteler hazırlanırken; Çubuğun yöresel yiyecek içecekleri hakkında bilgi sahibi olan yerel halk ve yiyecek içecek işletmelerinden görüş alınmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen reçeteler birebir uygulanıp, fotoğraflanmıştır.

4.13.1. Çubuk Yöresel Çorbalar

Araştırma kapsamında 12 adet yöresel çorba elde edilmiştir. Bunlardan bazısının tarifleri, hikayeleri ve görselleri aşağıda sunulmuştur.

4.13.1.1. Toyga Aşı

Çubuğun sevilen ve sık tüketilen çorbalarındadır. Çoğu evin buzluğuna süzme yoğurt, yarma ve un karılıp porsiyonluk poşetlenip konulur. Yapılmayı istendiği zamanda bir gün öncesinden buzluğun alt kısmında çözünmesi sağlanıp, yumurta ekleyip karıştırılarak pişirilir.

Malzemeler: Süzme yoğurt, yarma (Buğday), un, yumurta, tereyağı, nane

Yapılışı: Akşamdan ısıtılan yarma, süzme yoğurt, un ve yumurta bir tencereye konulup ateşe konulmadan önce karıştırılır. Daha sonra ateşe konulup sürekli karıştırılarak, buğdaylar yumuşayınca kadar pişirilir.

Ayrı bir tavada tereyağı nane kızdırılıp çorbanın üzerine gezdirilir. Servise sunulur.



Şekil 5. Toyga Çorbası (Kişisel Arşiv)

4.13.1.2. Sakala Sünen Çorba

Rivayete göre, eskiden yaşayan bir dede bu çorbayı içerken, erişteler sakalına değdiği için bu adı alıp, günümüze kadar ulaşmıştır. Çubuk için kış aylarının sevilen, vazgeçilmez çorbalarındandır.

Malzemeler: Yeşil mercimek, erişte, salça, domates rendesi, kuru soğan, sıvıyağ, tuz, nane, pul biber (isteğe bağlı), tereyağı, su

Yapılışı: Yeşil mercimek geceden ıslatılır yapılacağı zaman mercimekler önceden kısık ateşte haşlanıp (kabuğunu atmasın diye) hazır hale getirilir. Tencereye kuru soğan incecik kıyılır. Sıvıyağ eşliğinde güzelce kavrulur daha sonra salça katılıp kavrulur. Domates rendesi de eklenip biraz pişirilir. Suyu verilip önceden haşlanan yeşil mercimek katılır, erişteler de eklenip, erişteler yumuşayıncaya kadar pişirilir.

Üzerine tereyağında nane, isteğe bağlı pul biber kızdırılıp eklenip, servise sunulur.



Şekil 6. Sakala Sünen Çorba (Kişisel Arşiv)

4.13.1.3. Miyane Çorbası

Malzemesi az ama bir o kadar da sevilen yöresel lezzetlerdendir. Unutulmaya yüz tutmuş reçetelerdendir.

Malzemeler: Un, tereyağı, tavuk suyu, tuz, kara biber ya da pul biber

Yapılışı: Tereyağında un hafifçe kokusu çıkana kadar kavrulur. Tavuk suyu yavaş yavaş eklenip sürekli karıştırılarak pişirilir. Tuzunu da ekleyip servi sırasında karabiber ya da pul biber eklenip, servise sunulur.



Şekil 7. Miyane Çorbası

4.13.1.4. Yalancı işkembe

Malzemeler: Tavuk budu, un, tereyağı, sıvıyağ, su, yumurta sarısı, limon suyu, sarımsak, sirke, tuz, kara biber, kırmızı toz biber

Yapılışı: Tavuk etini haşlayıp suyunu ayıralım. Tavuk etlerini ditip kenarda bekletelim. Tencereye tereyağını eritip un kokusu çıkana kadar kavurup, üzerine tavuk suyunu yavaş yavaş ekleyin. Kaynadıktan sonra, tavuk etlerini ekleyip biraz özdeşleşmesi için kısık ateşte kaynatalım çorbanın terbiyesi için limon suyu ve yumurta sarısını çırpıp, baharatlarını ekleyip, bir taşım daha kaynatıp, servise sunulur.

Servis esnasında sarımsak sirke karışımı kaselere eklenir.



Şekil 8. Yalancı İşkembe (Kişisel Arşiv)

4.13.2. Çubuk Yöresel Hamur İşleri

İç Anadolu Bölgesi'nde yaygın olan hamur işleri Çubuk'ta da oldukça yaygındır. Sevilerek tüketilmektedir.

4.13.2.1. Tandır Böreği

Çubuğun sevilen hemen her evde pişen hamur işlerinden biridir. İsmi piştiği yer olan tandırdan almıştır. Fakat günümüz şartlarında tandır bulmak zor olduğundan fırınlarda pişirilmektedir.

Malzemeler: Un, su, maya, şeker, tuz, kıyma, sıvıyağ, kuru soğan, karabiber, pul biber

Yapılışı: Maya, şeker, ılık su bir kaba alınıp, kabarması beklenir. Kabardıktan sonra unu ve tuzu yavaş yavaş ekleyip, ılık su yardımıyla da hamurumuzu yoğurup, yumuşak bir hamur elde edelim. Üzerini örtüp mayalanması için bir kenarda bekletelim. Bu sırada iç harcı hazırlayabiliriz. İç harç için incecik kıyılmış soğanı, sıvıyağda kavuralım. Daha sonra kıymayı bir güzel kavuralım. Baharatlarını ve tuzu ekledikten sonra soğuması için kenarda bekletelim.

Hamur mayalandıktan sonra, hamurdan portakal kadar alıp bezelere ayıralım. Her bir bezeyi yufka büyüklüğünde açıp, yağlayıp, rulo haline getirelim. Getirdiğimiz ruloyu iki parmak genişliğinde bıçakla keselim. Kesilen hamur bükülüp baş parmaklarımız yardımıyla açılıp, ortasına kıymalı harçtan konulup ay şeklinde kapatılır.

Hamurlar bitene kadar aynı işlem uygulanıp, tepsiye dizilir, üzeri bir fırça yardımıyla yağlanıp, önceden ısıtılmış fırında üzeri kızarana kadar pişirilir.



Şekil 9. Tandır Böreği (Kişisel Arşiv)

4.13.2.2. Yazma Çöreği

Çubuğun yaygın hamur işlerindendir. Genellikle tandır böreği piştiği zaman, yazma böreği de pişirilir. Bir içli börek, bir sade çörek olarak düşünülür.

Malzemeler: Un, maya, ılık su, tuz, tereyağı, sıvıyağ, yoğurt

Yapılışı: Un, su, maya, tuzla yumuşak ele yapışır bir hamur hazırlayıp, mayalandırmaya bırakıyoruz. Mayalanan hamuru 3 eşit parçaya ayırıp, Her bir parçaya aynı işlemi uygulayıp açabileceğimiz kadar açıp, tereyağı-sıvıyağ karışımı sürüp üst üste yerleştiriyoruz. Hamurun kenarlarından karşılıklı katlayıp, zarf haline getiriyoruz. Elimizle hamuru tepsiye yayıp yerleştiriyoruz.

Üzerine yağ-yoğurt karışımı sürüp, öncen ısıtılmış fırında üzeri kızarıncaya kadar pişirilir.



Şekil 10. Yazma Çöreği (Kişisel Arşiv)

4.13.2.3.Döşeme Ekmek

Unutulmaya yüz tutmuş lezzetlerdendir. İçindeki haşlanmış patates ekmeğin geç bayatlamasını sağlamaktadır. Birkaç köy fırınında yapılmaktadır.

Malzemeler: Un, ekşi maya, tuz, yoğurt suyu, haşlanmış patates.

Yapılışı: Tüm malzemeleri karıştırıp oldukça yumuşak bir hamur hazırlanır. Hamurdan parçalar alınıp, hamur tahtasında şekil verilip, odun ateşinde pişirilir.



Şekil 11. Döşeme Ekmek (Kişisel Arşiv)

4.13.2.4.Tongul

Unutulmaya yüz tutmuş reçetelerdendir.

Malzemeler: Un, süt, yumurta, tuz, şeker, maya, yoğurt, sıvıyağ

Yapılışı: Yoğurt hariç tüm malzemeler karıştırılıp, un yavaş yavaş eklenip orta yumuşaklıkta bir hamur hazırlanır. Hamurun mayası geldikten sonra bütün olarak açma tahtasına alınıp, yağ yardımıyla inceltir. Rulo haline getirilip parçalara ayrılır. Ayrılan bezeleri elle açıp üzerine yoğurt sürüp sacda ya da fırında pişirilir.



Şekil 12. Tongul (Kişisel Arşiv)

4.13.2.5. Cızlama

Malzemeler: Un, su, maya, tuz, kuyruk yağı

Yapılışı: Un, su, maya, tuz karıştırılıp akışkan bir hamur hazırlanır. Sac, kuyruk yağıyla yağlanıp, kepçe yardımıyla hamurdan sacın üzerine dökülüp, pişirilir.



Şekil 13. Cızlama (Kişisel Arşiv)

4.13.2.6. Şebit

Yapılan şebitler üst üste konulup, serin ve kuru yerde saklanır. Tüketilmek istendiği zaman ıslatılarak bez arasında yumuşaması sağlanır.

Malzemeler: Un, su, tuz

Yapılışı: Malzemeler karıştırılıp, orta yumuşaklıkta bir hamur elde edilir.

Biraz dinlendirildikten sonra bezelere ayrılıp, çok ince olmayacak şekilde oklavayla açılır. Açılan yufkalar sacda pişirilir.



Şekil 14. Şebit(Kişisel Arşiv)

4.13.2.7. Kete

Malzemeler: Un, yoğurt, maya, kaymak, yumurta, tereyağı

Yapılışı: Tüm malzemeler karıştırılıp, yumuşak bir hamur hazırlanıp, mayalanmaya bırakılır. Mayalanan hamur bezelere ayrılıp, yuvarlanıp yassı şekli verilir. Üzerine yumurta-yoğurt karışımı sürülüp kızarana kadar pişirilir.



Şekil 15. Kete (Kişisel Arşiv)

4.13.2.8. Hosaman Çöreği

Unutulmaya yüz tutmuş reçetelerdendir.

Malzemeler: Ağız sütü, un, maya

Yapılışı: Ağız sütü denilen yeni yavrulayan inek ya da koyun sütüne, un ve maya katılarak hamur oluşturulur. Mayası gelen hamur tepsiye yayılıp, üzerine bir tepsi kapatılıp, odun ateşi olan ocağa alınır, üstüne de köz konulup, altı üstü kızarana kadar pişirilir. Dilimlenerek servise sunulur.



Şekil 16. Hosaman Çöreği

4.13.2.9. Manti

Malzemeler: Un, su, yumurta, yoğurt, sarımsak, tereyağı, salça, karabiber, nane, kıyma, soğan, pul biber, tuz

Yapılışı: İç harç için soğan incecik kıyılıp, kıyma, tuz, karabiber karıştırılıp hazırlanır. Hamuru için; un elenip ortası havuz gibi açılır içine yumurtalar, tuz, azar azar ılık su konulup sert bir hamur hazırlanır. Hamur pazılara ayrılıp, üzeri örtülüp bir süre dinlendirilir. Dinlendirilen hamur orta kalınlıkta açılıp, bıçakla kare kesilip, iç harçtan konulup uçları birleştirilerek kapatılır. Kaynayan suya tuz ve sıvıyağ atılıp, hazırlanan hamurlar atılıp, pişirilir.

Pişen mantı, servis tabağına alınıp, üzerine sarımsaklı yoğurt ve tereyağında hazırlanan salça ve nane dökülür.



Şekil 17. Mantıya Hazırlık Çalışmaları



Şekil 18. Mantı (Kişisel Arşiv)

4.13.2.10. Bazlama

Malzemeler: Un, su, maya, tuz

Yapılışı: Tüm malzemeler karıştırıp, yumuşak bir hamur hazırlanır. Hamurun mayalanması için üzeri örtülüp ılık yere kaldırılır. Mayalanan hamur parçalara ayrılıp yasla ağacı denilen aletle şekil verilir. Odun ateşinde sacda pişirilir.



Şekil 19. Bazlama (Kişisel Arşiv)

4.13.2.11. Gözleme

Çubuk yöresindeki gözleme sade olur. İç konulunca ismi değişir içli olur. Diğer gözlemelerden farkı açılıp yağlanıp tekrar açılmasıdır. Yani iki kez aynı işlem yapılır. Sonucunda da piştiği zaman gözleme tel ayrılır. Çubuğun sevilen yöresel lezzetlerindendir.

Malzemeler: Un, su, tuz, maya, tuz, margarin ya da tereyağı

Yapılışı: Un, su, maya, tuz karıştırılıp yumuşak bir hamur hazırlanır. Hamurun mayası gelmesi sağlanır. Mayası gelen hamurdan bezeler oluşturulup, oklava yardımıyla açalım. Açtığımız hamurun her tarafını yağlayıp, zarf şeklinde katlayalım.

Aynı işlemi bir kez daha yapıp, zarf şeklinde katlayıp sac ateşinde pişirilip, tekrar yağlanır.



Şekil 20. Gözleme (Kişisel Arşiv)



Şekil 21. İçli

4.13.2.12. Üç Kulak (Hamırsız Çöreği)

Hamurun katlanış şekli üçgen olduğu için üç kulak adını almıştır. Yöresel hamur işlerindendir.

Malzemeler: Un, su, maya, tuz, yağ

Yapılışı: Tüm malzemeler karıştırıp hamurun mayalanmasını sağlar. Mayalandıktan sonra hamurdan bezeler oluşturulur. Her bir beze oklava yardımıyla açılıp araları yağlanarak dörderli üst üstte konulur. Tekrar açılıp üçgen şeklinde kapatılıp odun ateşinde pişirilir.



Şekil 22. Üç Kulak Çöreği (Yemek.com)

4.13.2.13. Soğanlı Pide

Malzemeler: Un, su, maya, yoğurt, sıvıyağ, soğan, tuz, nane, pul biber

Yapılışı: Un, su, maya, yoğurt, tuz karıştırılıp hamur oluşturulur. Mayalanması için kenarda üstü örtülü bekletilir. İç harç için soğan incecik kıyılır. Acısının çıkması için tuzla ovulup yıkanır. Acısı alınan soğanın içine, baharatlar, tuz katılıp iç harç hazırlanır. Mayalanan hamurdan portakal kadar bezeler oluşturulup, elle uzatılıp pide şekli verilir. İçine harçtan konulup, açık ya da kapalı şekilde odun ateşinde pişirilir.



Şekil 23. Soğanlı pide (Kişisel Arşiv)

4.13.2.14. Ele Serpme

Malzemeler: Un, su, maya, tuz, yağ

Yapılışı: Un, su, tuz, maya karıştırılıp cıvık bir hamur elde edilir. Mayalandırılmaya bırakılır. Mayalandıktan sonra hamurdan portakal kadar parçalar alınıp, elle açılıp, saç ateşinde pişirilir. Pişen hamurun her tarafı yağlanıp servise sunulur.



Şekil 24. Ele Serpme (Kişisel Arşiv)

4.13.3. Çubuk Yöresel Et Yemekleri

Çubukta hayvancılık yaygındır. Eti lezzetlidir. Dolayısıyla yöresel et yemekleri de oldukça beğenilir. Bölgede büyükbaş hayvan yaygındır. Köylerde tavuk, hindi, kaz, ördek gibi kümes hayvanları da yetiştirilir. Bu hayvanlardan da çeşitli et yemekleri yapılır. Araştırma kapsamında onbir çeşit yöresel et yemeği tespit edilmiştir. Bazılarının tarifleri ve görselleri aşağıda gösterilmiştir. Homaça et yemeği coğrafi işaret almış olup, düğün, bayram gibi özel günlerin baş yemeğidir. Düğünlerde homaça için büyükbaş hayvanlar kesilir.

4.13.3.1. Pöçük Aşı

Malzemeler: Dana ya da koyun pöçü (Kuyruk kemiği), patates, soğan, tuz, karabiber, pul biber,

Yapılışı: Soğanlar incecik kıyılıp kavrulur, pöçler eklenip mühürlenmesi sağlanır. Patatesler irice doğranıp eklenir. Sıcak su ve baharatları da ekleyip, yumuşayınca kadar pişmesi sağlanır.



Şekil 25. Pöçük Aşı (Nefis Yemek Tarifleri)

4.13.3.2. Toğalak

Malzemeler: Kıyma, köftelik bulgur, soğan, sarımsak, salça, tuz, un, tereyağı

Yapılışı: kıymanın içine soğan ve sarımsak rendesi, ıslatılmış köftelik bulgur, un, tuz konulup iyice yoğrulur. Dağılmaması için iyi yoğrulması önemlidir. Köftelere adını

veren küçük toplar haline getirilir. Tereyağında salçayı kavurup, üzerine sıcak su ekleyip, kaynayan suya hazırladığımız köfteleri atıp, pişiriyoruz.



Şekil 26. Toğalak (Yemek.com)

4.13.3.3. Nohut Yahni

Daha çok kış aylarında yapılan sevilen yöresel yemeklerdendir.

Malzemeler: Kemikli et, nohut, salça, tuz, soğan, tereyağı

Yapılışı: Kemikli et tencereye alınıp, yağda mühürlenir. Soğanlar incecik kıyılıp kavrulur. Salça da eklenip kavrulur, bir gece önceden ıslatılmış nohut ekleyip üzerini örtecek kadar sıcak su ekleyip et ve nohut yumuşayıncaya kadar pişirilir.



Şekil 27. Nohut Yahni (Nefis yemek tarifleri)

4.13.3.4. Kaz Bandırması

Unutulmaya yüz tutmuş yöresel lezzetlerdendir. Köylerde yaşayanların nadiren yaptığı yemeklerdendir.

Malzemeler: Kaz, kazın yağı, süt, un, tuz

Yapılışı: Süt, un, tuz karıştırılıp yumuşak bir hamur hazırlanır. Hamurdan parçalar alınıp oklavayla incecik açılıp, sacda pişirilir. Kaz bir tencereye alınıp pişirilmesi sağlanır, bu sırada oluşan yağ toplanır. Kaz kızarana kadar pişirilir.

Yufkalar bu yağa bandırılarak her tarafının yağlanması sağlanır. Pişen kazda yufkalara konulup servise sunulur.



Şekil 28. Kaz Bandırması (Çerkesin Yemekleri.com)

4.13.3.5. Mıhlama

Malzemeler: Kıyma, yumurta, sivri biber, kuru soğan, tereyağı, kırmızı toz biber, karabiber, tuz

Yapılışı: Soğan ve sivribiber incecik kıyılır. Tereyağında kavrulur. Kıymada iyice kavrulur, tuz, karabiber katılır. Yumurtaları kırmak için yer açılır ve yumurtaların sarısını patlatmadan pişirilmesini sağlanır. En üstte tereyağında toz pul biber yakılıp dökülür.



Şekil 29. Mıhlama (Kişisel Arşiv)

4.13.3.6. Kelem Dolması

İlçede sevilen ve yapılan yöresel yemeklerdendir. Etlisi ve zeytinyağlısı sevilerek tüketilir.

Malzemeler: Kıyma, pirinç, bulgur, salça, kuru soğan, tereyağı, sıvıyağ, lahana, isteğe göre baharatlar, kuru erik

Yapılışı: Lahana yıkanıp haşlanır. İç harç için tüm malzemeler karıştırılır. Lahana yapraklarına sarılır. Salçalı su, tereyağı ve erik kurusu eklenip pişmesi sağlanır. Erik kurusu kelem dolmasına hoş bir ekşilik ve aroma vermektedir.



Şekil 30. Kelem Dolması (Kişisel Arşiv)

4.13.4. Çubuk Yöresel Sebze Yemekleri

Çubuk ovasında yetişen çeşitli sebzelerin yemeği yapılır. Yazdan hazırlığı yapılan sebzelerle de yemek yapılışı yaygındır.

4.13.4.1. Halep Dolması

Malzemeler: Kurutulmuş patlıcan, pirinç, bulgur, soğan, nane, salça, yağ, maydanoz

Yapılışı: Soğan rendelenir, maydanoz, nane incecik kıyılır. Bulgur, pirinç yıkanır. Tüm malzemeler karıştırılıp iç harç hazırlanır. Patlıcanlar haşlanıp Kullanıma hazır hale getirilir.

Hazırlanan iç harçtan, patlıcana doldurulup su ve tuz eklenip pişirilir.



Şekil 31. Halep Dolması (Mutfağımdan Tarifler.com)

4.13.4.2. Madımak Yemeği

İlçede yetişen özel otlardandır. Yemeği oldukça sevilir ve yapılır.

Malzemeler: Madımak, kuru soğan, sarımsak, salça, bulgur, tuz, isteğe göre baharatlar, yağ

Yapılışı: Madımaklar yıkanıp incecik kıyılır. Soğan, sarımsak incecik kıyılıp yağda kavrulur. Salça da kavrulur. Madımak, bulgur, baharatlar ve sıcak su eklenip pişirilir. İstenirse servis sırasında sarımsaklı yoğurt hazırlanır ve tereyağında pul biber yakılıp dökülür.



Şekil 32. Madımak Yemeği(yemek.net)

4.13.4.3. Gök Fasulye Biber Kurutması

Yazdan kurutulan fasulye ve biberden yapılan sevilen ve sık yapılan sebze yemeklerindendir.

Malzemeler: Fasulye kurusu, biber kurusu, yağ, salça, soğan, sarımsak, yoğurt, domates

Yapılışı: Bir gün önceden ıslatılan fasulye haşlanır. Biberlerde haşlanıp hazırlanır. Fasulye ve biber doğranır. Soğan piyazlık doğranıp sotelenir. Salça eklenip kavrulur. Doğranmış domatesler, fasulye ve biber kuruları eklenir, sıcak su eklenip pişirilir. İstenirse üzerine sarımsaklı yoğurt dökülür.



Şekil 33. Gök Fasulye Biber Kurutması (nefis yemek tarifleri)

4.13.5. Çubuk Yöresel Tatlıları

Çubukta yapılan tatlılardan en yaygın olanının baklava olduğunu söyleyebiliriz. Çoğu tatlı unutulmaya yüz tutmuş tatlılar arasına girmiştir.

4.13.5.1. Hoşmerim

Unutulmaya yüz tutmuş reçetelerdendir. Rivayete göre eskiden Çubuk'ta yaşayan evli bir kadın, askerden gelen eşine evde olan malzemelerden doğaçlama bu tatlıyı yapmış. Tatlıyı yiyen eşine ‘de hoş mu, erim?’ diye sorar. Tatlının ismi de bu kelimelerin birleşimi olan hoşmerim olarak kalmıştır.

Malzemeler: Süt kaymağı, süt, tereyağı, bir tutam tuz, un

Yapılışı: Süt, tereyağı, tuz bir tencereye eklenip kaynamaya bırakılır. Kaynadıktan sonra kaymak ve un eklenir. Yumuşak bir hamur hazırlanır. Geniş bir tencereye alınıp, ocak üzerinde kızarana kadar helva gibi karıştırılarak pişirilir. İyice kızarınca ters çevrilip, üzerine toz şeker serpilip servise sunulur.



Şekil 34. Hoşmerim (Nefis Yemek Tarifleri)

4.13.5.2. Malak Hamuru

Unutulmaya yüz tutmuş reçetelerdendir. Malzemesi az, lezzeti çok bir tatlıdır.

Malzemeler: Un, su, pekmez, tuz, tereyağı

Yapılışı: Tencereye su ve tuz konulup kaynatılır. Kaynayınca un katılıp oklava ile, un kokusu çıkana kadar karıştırılır.

Hamurdan kaşık alınıp tepsiye alınır. Üzerine tereyağı ve pekmez gezdirilir.



Şekil 35. Malak Hamuru (petitchef.com)

4.13.5.3. Öküz Helvası

Malzemeler: Un, tereyağı, pekmez

Yapılışı: Tereyağı ve un kavrulur. Un koyu bir renk alınca, pekmez eklenir. Karıştırılır. Oluşan hamurdan elle parçalar koparılıp servise sunulur.



Şekil 36. Öküz Helvası (pinterest)

4.13.5.4. Yoğurt Tatlısı

Malzemeler: Yoğurt, yumurta, irmik, şeker, vanilya, un, kabartma tozu, rendelenmiş limon kabuğu, Hindistan cevizi

Şerbeti için: Su, şeker, limon suyu

Yapılışı: Önce şerbet hazırlanır. Soğumaya bırakılır. Kek için, Yumurta ve şeker iyice çırpılır. Diğer malzemeleri de katılıp, fırında pişmeye alınır. Üzeri kızarana kadar pişirilir. Fırından çıkınca ilk sıcaklığı çıkınca, şerbeti her tarafına dökülüp çekmesi sağlanır. Üzerine Hindistan cevizi , toz antepfıstığı serpilip, servise sunulur.



Şekil 37. Yoğurt Tatlısı (Kişisel Arşiv)

4.13.5.5. Karlama (Kar Helvası)

Malzemeler: Kıtırlaşmış kar, pekmez

Yapılışı: Kıtırlaşmış olan temiz kar üzerine pekmez dökülüp karıştırılarak servise sunulur.



Şekil 38. Karlama (helva. Gen)

4.13.5.6. Baklava

Bayram, düğün gibi özel günlerin yapılan en başlıca tatlısıdır.

Malzemeler: Un, nişasta, yumurta, yoğurt, su, tuz, şeker, tereyağı, sıvıyağı, ceviz, limon suyu

Yapılışı: Un elenip, ortasına havuz gibi açılır. Yoğurt, yumurta, sıvıyağ, tuz, azar azar ılık su ekleyip orta yumuşak bir hamur hazırlanır. Bezelere ayrılıp hamur dinlendirilir. Şerbeti için şeker, su kaynatılır, limon suyu da eklenip kıvamı gelince ateşten indirilir.

Dinlenen bezeler tek tek oklavayla incecik açılır. Aralarına dövülmüş ceviz serpilip, en az otuz yufka olmak üzere üst üste dizilir. Dilimlenip, üzerine eritilmiş tereyağı gezdirilip kızarana kadar pişirilir.

Fırından çıkarıldıktan sonra ilk sıcaklığı çıktıktan sonra soğuk şerbeti dökülür.



Şekil 39. Baklava (Kişisel Arşiv)

4.13.5.7. Haside Tatlısı

Malzemeler: Süt, un, nişasta, şeker, vanilya, tereyağı

Yapılışı: Süt, un, nişasta, şeker karıştırılarak kıvam alana kadar pişirilir. Kıvam aldıktan sonra vanilyada eklenir. Tereyağı kızdırılır. Servis yapılacak olan tabağın

tabanına bir miktar dökülür. Üzerine hazırlanan muhallebi dökülür. Kalan tereyağı da üzerine gezdirilerek servise sunulur.



Şekil 40. Haside Tatlısı (yemek.com)

4.13.6. Çubuk Yöresel İçecekleri

4.13.6.1. Vişne Suyu ve Kompostosu

Çubuğun coğrafi işaretli ürünlerinden biri olan vişnenin suyu ve kompostosu yaz kış tüketilen, sevilen içeceklerdendir. Vişne, yazdan buzluğa stoklanıp, kışın da tüketilen içeceklerdendir.

Malzemeler: Vişne, şeker, su

Yapılışı: Vişnenin sapları ayıklanıp, yıkanır. Derin bir tencereye vişneler ve su konulup kaynamaya bırakılır. Vişneler haşlandıktan sonra zevke göre şekeri katılıp biraz daha kaynatıp ocağın altını kapatıyoruz. Soğuduktan sonra dilerseniz suyunu, taneli olarak tüketmek istenirse komposto olarak servis edilir.



Şekil 41. Vişne suyu (Kişisel Arşiv)

4.13.6.2. Kuşburnu Çayı

İlçede kuşburnu önemli bir yere sahiptir. Sonbahara doğru kuşburnu olgunlaşır. Çevre köylerden toplanan kuşburnu marmelat olarak değerlendirilir. Kurutularak çayı da yapılmaktadır. C vitamini yüksekliğiyle bilinen kuşburnu çayı ilçede sevilerek tüketilmektedir.

Malzemeler: Kuşburnu, su

Yapılışı: Kaynayan suya, kurutulmuş kuşburnu katılıp, 10-15 dakika kaynatılıp, demlenmeye bırakılır. Demlendikten sonra servise sunulur.



Şekil 42. Kuşburnu (Feristash.com)

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, yöresel yiyecek içeceklerin ve coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizme etkileri Çubuk ilçesi örneği üzerinden incelenmiştir. Araştırmanın evrenini , Çubuk ilçesinin merkezi ile köylerinde yaşayan yerel halk, merkezde yer alan yiyecek-içecek ile ilişkili işletmelerin işletme sahipleri ve işletme personelleri oluşturmaktadır. Araştırmada Çubuk ilçesinin yöresel yiyecek içecekleri kayıt altına alınmıştır. Bunun için, Çubuk'ta ikamet eden kaynak kişilerden yararlanılarak toplamda 37 adet reçete sunulmuştur.

Araştırma bulgularına göre, Çubuğa özgü unutulmaya yüz tutmuş yöresel yemekler; Hoşmerim, Döşeme Ekmek, Tongul, Hosaman Çöreği, Malak Hamuru, Kaz Bandırmasıdır. Çubuktaki yiyecek içecek işletmelerinin ilçeye ait yöresel içeceklere gereken önemi vermediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu durumu, yöresel yemeklerin meşakkatli ve yapımlarının uzun sürmesi, servis süresinin uzaması ve günümüz şartlarında orijinal yapımlarının pek yapılamadığı, müşterilerin ekonomik olarak daha ucuza yöneldiklerini, yöresel yemeklerin maliyetlerinin yüksek olduğundan menülerinde pek yer vermedikleri tespit edilmiştir. “Çubuk Turşusu” işletme menülerinde en fazla yer alan coğrafi işaretli ürünlerindendir. İlçeye gelenlerin en çok tercih ettiği ürün olup, Çubuk Belediyesi tarafından her yıl düzenlenen “Çubuk Turşu ve Kültür Festivali” gastronomi anlamında ilçeye olumlu katkı sağlamaktadır.

Çubuk mutfağında yer alan yöresel yiyecek içeceklerin ve coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi potansiyeli açısından değerlendirildiğinde, katkılarının yüksek olduğu ancak satış ve pazarlama çalışmalarının yetersiz olduğu görülmektedir. Bu sonuçla, gastronomik ürünlerin tanıtımında eksik kalındığı görülmekte olup, bu ürünlere tanıtım boyutunda ağırlık verilmesi gerekmektedir. Öte yandan Çubuk ilçesine ait yöresel yiyecek ve içecek reçetelerinin, işletmecilerin ön gördüğü reçetelerin uygulanarak menülerde sunulduğu tespit edilmiştir. Bu sebepten yöresel yiyecek ve içeceklerin arz ve pazarlama açısından gastronomi turizm potansiyeline olumlu katkıları olduğu belirlenmiştir.

Araştırmanın literatüre katkısına ek olarak, Çubuk'ta böyle bir araştırmanın

yapılmamış olması nedeniyle bu tezin ilgili işletmelere, girişimcilere, kurum ve kuruluşlara, araştırmanın gerçekleştirildiği bölgeye katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışma kapsamında belirlenen önerileri şu şekilde sıralanabilir;

- İlçe özellikle turşusuyla tanınmaktadır. Düzenlenen turşu festivalinde daha çok yöresel yiyecek içeceklerin olduğu stantlar artırılıp, tanıtılabilir.
- Çubuk ilçesinin mutfak kültürünü tanıtan bir mutfak müzesi kurulabilir.
- Özellikle ilçenin yöresel yeme içme kültürünü bilinme oranının kadınlar tarafından daha yüksek olduğu göz önüne alınırsa, kadın girişimcilere daha çok destek sağlana bilinir.
- İlçedeki üniversite de gastronomi veya aşçılık bölümleri kurulabilir. Çubuk mutfağının akademik boyutta incelenebilmesi ve tanıtımının bu düzeyde yapılabilmesi sağlanabilir.
- Sosyal medyada daha çok reklam, satış ve pazarlamaya önem verilebilir.
- Dışardan gelen misafirlerin günübirlik ya da daha uzun konaklamaları için bir tur programı oluşturulup, ilçeyi daha yakından tanımaları için çevre gezilerini ve mutfak kültürünü birleştirici tur seçenekleri hazırlanabilir. Gastronomi rotaları oluşturulabilir.
- Kooperatiflerin çalışmaları desteklenip, satış ve pazarlamaları konusunda teşvikler sağlanabilir.
- Yöresel yemek yarışmaları düzenlenip, tanıtım sağlanabilir.
- Yöresel yiyecek içecek sunan işletmelere daha çok teşvik desteği sağlanabilir.
- İlçeye özgü yöresel yiyecek içecekleri ve coğrafi işaretli ürünlerinin tanıtılması için kamu ve özel sektör iş birliği içerisinde faaliyetler yürütebilir.
- Çubuğa özgü daha çok coğrafi işaretli ürünlerin ve yöresel yiyecek içeceklerin tescil alınması için çalışmalar yapılabilir.
- İlçedeki turizm acentaları daha fazla bilinçlendirilip, sadece yerli değil yabancı turistlerin de ilçeye gelmesi sağlanabilir. Bunun için kongre ve seminerler düzenlenebilir.
- Yerel halkın gastronomi kimliği konusunda bilinçlendirilmesi bakımından eğitimler düzenlenebilir.

- Yöresel pazarlar, festival, workshop gibi etkinliklerle yöresel yiyecek içecekler ve coğrafi işaretli ürünlerin tanıtımı daha çok yapılabilir. Ünlü şeflerde ilçeye davet edilerek etkin reklamlar yapılabilir.
- İlçede 2021 yılında faaliyete geçen S.S. Çubuk Kadın Girişimi Tarımsal Kalkınma Kooperatifi Çubuk ilçesine ait yöresel ürünlerin tanıtımı, satış ve pazarlaması için daha çok desteklenebilir.

KAYNAKÇA

- Akdağ, G., Akgündüz, Y., Güler, O. ve Benli, S. (2015). *Bir seyahat motivasyon aracı olarak gastronomi*. Aybil Yayınları.
- Albayrak, K. (2014). Coğrafi işaret tescilli geleneksel ürünlerde izlenebilirlik: Ankara ili örneği. XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E.(2012).*Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamalı*, Sakarya: Sakarya Kitapevi
- Artı Gerçek (2022). Çubuk'un et yemeği 'homaça' coğrafi işaret aldı. <https://artigercek.com/guncel/cubuk-un-et-yemegi-homaca-cografisi-isaretldi213657h>
- Akman, M ve Hasipek ,S. (1999). *Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı ile ilgili Tutum ve Davranışları*. Beslenme Diyet Dergisi.
- Anderson, W. (2013). Leakages in the Tourism Systems: Case of Zanzibar. *Tourism Review*, 68(1), s.62-75.
- Aydın, E. (2015). *Gastronomi turizminin şehir markalaşmasına etkisi: Afyonkarahisar ili örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Afyon Kocatepe Üniversitesi.
- Bucak, T. ve Aracı, Ü. E. (2013). Türkiye’de gastronomi turizmi üzerine genel bir değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, 203-216.
- Budak, N. ve Çiçek, B. (2002). Yabancı turistlerin ülkemizde yemek kültürüne ilgileri ve yemekler ile servis ortamlarına bakışları. *Turizmde Sağlık ve Beslenme Sorunlar ve Çözümler Sempozyumu*. Alanya.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination for future. *Tourism Management*, 97-116.
- Chang, R. C. Kivela, J. ve Mak, A. H. (2011). Attributes that infulen cethe evulation of travel dining expreince: When east meets west. *Tourism Management*, 32, 307-316.

- Cömert, M.ve Özkaya, F. (2014).Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 62-66.
- Cömert, M.ve Özata, E. (2016).Tüketicilerin Yöresel Restoranları Tercih Etme Nedenleri ve Karadeniz Mutfağı Örneği, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(42):1963-1973.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon rekabetçiliği ve seyahat motivasyonu bakımından gastronomik kimlik. 43.
- Çelebi Sezer, Y. ve Süfer, Ö. (2014). Toprak güveç ve kullanımı. 4.Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Çerkeş'in Yemekleri (t.y.). *Kaz bandırması*. <https://cerkesinyemekleri.com/yemekler/hamur-isleri/kaz-bandırması/>
- Çekal, N., Doğan, E. ve Aktürk, H. (2022). Türkiye’de Gastronomi Müzeleri ve Özellikleri, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(11): 1655-1673
- Çimen, H. (2016). Gastronomi turizmi açısından Ardahan mutfağının önemi. *Karadeniz Dergisi*, 307-315.
- Çubuk Haber (2022). *Çubuk vişnesi coğrafi işaret aldı*. <https://www.cubukhaber.com/cubuk-visnesi-cografisi-isaret-aldi-15790h.htm>
- Demirci, B. (2021). Türkiye’deki Gastronomi Müzelerinin Web Sitelerinin İçerik Analizi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1184-1199.
- Durlu Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S. ve Can, A. (2013). *Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü*. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1):13-20.
- Erdoğan, A. (2022). *Çubuk tarih ve kültür atlası*. Çubuk Belediyesi Kültür Yayınları.
- Eren, S.ve Demir, Ö. (2019).Turistik Restoranlarda Geleneksel Tatlıların Kullanımının Çevirim içi Gastronomi İmajı ve Gastronomi Deneyimi ile İlişkileri Üzerine Bir Araştırma. *Nevşehir HBV Üniversitesi Turizm Fakültesi*, 128.

- Ersoy, M. (2019). *Destinasyon pazarlaması çerçevesinde Akşehir'in turizm potansiyelinin değerlendirilmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Karatay Üniversitesi.
- Ferishtah (t.y.). *Kuşburnu çayı*. <https://ferishtah.com/kusburnu-cayi/>
- Gastronomi* (t.y.). Detay Yayıncılık.
- Görkem, O. S. (2011). Gastronomi turizmi ve Türkiye’de yüksek öğretim düzeyinde mutfak eğitiminin genel görünümü. 1. Uluslararası Turizm ve Otelcilik Sempozyumu.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1982). Epistemological and methodological bases of naturalistic inquiry. *Education Communication and Technology Journal*, 30 (4), 233-252
- Gürsoy, D. (2014). *Deniz Gürsoy’un gastronomi tarihi*. Oğlak Yayınları.
- Gürbüz, S. ve Şahin, S. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, 133-411.
- Hall, M. C. ve Sharples, L. (2003). *The consumption of experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. Food tourism around the world: Development, management and markets*. Butterworth.1-25
- Harrington, R. J. (2005). Defining gastronomi identity: The impact of environment and culture on prevailing components, texture and flavours in wine and food. *Journal of Culinary Science and Technology*, 4(2/3), 129-152.
- Harrington, R. J. ve Ottenbacher, M. C. (2010). Mutfak turizmi. Gastronomi başkentinin bir vaka çalışması. *Mutfak Bilimi ve Teknolojisi Dergisi*, 8(1), 14-32.
- Houser, J. (2015). *Nursing research: reading, using, and creating evidence*. (3rd ed.). Burlington: Jones ve Bartlett Learning
- Haven-Tang, C. ve Jones, E. (2005). Using local food and drink to differentiate tourism destination through a sense of place: A story from wales-dining at monmouthshire’s great table. 69-86.

- Haven-Tang, C. ve Jones, E. (2006). Using local food and drink to differentiate tourism destinations through a sense of place. *Journal of Culinary Science and Technology*, 4(4), 69-86.
- Helva.gen.tr (2023). *Kar helvası*. <https://www.helva.gen.tr/kar-helvasi.html>
- Hürriyet (2020). *Sulu köfte tarifi*. <https://www.hurriyet.com.tr/lezizz/sulu-kofte-tarifi-41450111>
- İnce, Ş. (2016). Şeflerin savaşı: Profesyonel mutfaklarda erk.
- Kan, M. ve Gülçubuk, B. (2008). Kırsal ekonominin canlanmasında ve yerel sahiplenmede coğrafi işaretler. *U. Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2), 57-66.
- Karim, S. ve Leong, J. (2008). Information sources on culinary tourism for France, Italy and Thailand. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 19(1), 166-171.
- Kızılırmak İ, Ofloğlu M, Şişik L (2016) Türkiye’de Uygulanan Gastronomi Turları Rotalarının Web Tabanlı Analizi ve Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4(Special Issuel) 258-269.
- Kivela, J. ve Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy influence on how tourists experience a destination, *Journal of Hospitality Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Kozak, M. (2019). *Özel ilgi turizmi*. Detay Yayıncılık.
- Lin, Y.C. , Pearson, T.E.ve Cai, L.A. (2011). Food as a form of Destination Identity:A Tourism Destination Brand Perspective, *Tourism and Hospitality Research*, 11(1):30-48.
- Mak, A. H. N., Lumbers, M. ve Eves, A. (2012). Globalisation and food consumption in destination.
- Merriam, S. B. (2013). *Nitel araştırma desen ve uygulama için bir rehber* (Çev. Turan, S.). Ankara: Nobel Yayıncılık (Özgün çalışma, 2009).
- Mil, B. ve Denk, E. (2015). Erzurum mutfağı yöresel ürünlerin otel restoran menülerinde kullanım düzeyi: Palandöken örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 5(2), 1-7.

- Mutfagımdan Tarifler (2017). *Halep dolması*. <https://www.mutfagimdantarifler.com/tariflerden/halep-dolmasi/>
- Nefis Yemek Tarifleri (2016). *Pöçük haşlama*. <https://www.nefisyemektarifleri.com/pocuk-haslama/>
- Nefis Yemek Tarifleri (2019). *Kemikli etten nohut yemeği*. <https://www.nefisyemektarifleri.com/kemikli-etten-nohut-yemegi/>
- Nefis Yemek Tarifleri (2022). *Höşmerim*. <https://www.nefisyemektarifleri.com/hosmerim-10589132/>
- Nefis Yemek Tarifleri (2022). *Kurutulmuş fasulye kavurması*. <https://www.nefisyemektarifleri.com/kurutulmus-fasulye-kavurmasi-10099059/>
- <https://www.alimentariafoodtech.com/en/press-release/uncategorized/alimentaria-foodtech>
- Oğuz, S. (2016). *Gastronomi turizmde stratejik gelişme: Doğu Akdeniz Bölgesi perspektifi* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Mersin Üniversitesi.
- Okumuş, F. ve Mc Kercher, B. (2007). Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey.
- Öney, H. (2013). *Gastronomi turizmi, alternatif turizm*, Anadolu Üniversitesi. Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.
- Özşeker, D. B. (2016). *Gastronomi kavramı: Gastronomi ve turizmi*. Detay Yayıncılık.
- Pedersen, L. B. (2012). *Creativity in gastronomy*, Copen Hagen Business Scholl. Frederiksberg.
- Petichief (t.y.). *Malak*. <https://tr.petitchef.com/tarifler/diger/malakyoresel-fid-1492753>
- Pinterest (t.y.). *Öküz helvası*. <https://tr.pinterest.com/pin/745627282053165663/>
- Richards, G. (2002). *Gastronomy an essential ingredient in tourism production and consumption?* Routledge.
- Rinaldi, C. (2017). Food and gastronomy for sustainable place development: A multidisciplinary analysis of different theoretical approaches. *Sustainability*, 2.

- Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its Relevance to Hospitality Education and Training, *International Journal of Hospitality Management*, 15-24.
- Santich, B. (2007). The study of gastronomy: A catalyst for cultural understanding. *The International Journal of Humanities*, 5(6), 53-58.
- Sarıışık, M. (2021). *Tüm yönleriyle gastronomi bilimi*. Detay Yayıncılık.
- Sarioğlu. (2014). Fusion cuisine education and its relation with molecular gastronomy education. *Article*, 7, 74.
- Simith, L. J. S. ve Xiao, H. (2008). Culinary tourism supply chains: A preliminary examination. *Journal of Travel Research*, 46, 289-299.
- Storey, L. (2007). Doing interpretative phenomenological analysis. E. Lyons ve A. Coyle (Ed.), *Analysing qualitative data in psychology* içinde (s. 51-64). SAGE Publications.
- Suna, B. ve Uçuk, C. (2018). Coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı hakkı. <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6769>
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2016). Akdeniz mutfak kültürünün gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi. 86-99.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (t.y.). <https://aregem.ktb.gov.tr>
- Türsab (2015). *Gastronomi turizmi raporu* (Türkiye seyahat acentaları birliği yayınları, İstanbul).
- Türk Patent (t.y.). www.turkpatent.gov.tr
- Türk Patent Enstitüsü (TPE). (2012). *Marka ve coğrafi işaret başvurularının hazırlanması, marka ve coğrafi işaret ile ilgili bilgiler ve gerekli belgeler*. TPE Yayınları.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TUIK) (2021). <http://tuik.gov.tr/>
- Türkoğlu, H. ve Akoğlu Kozak, M. (2015). Türk mutfağının gelişiminde gurmelerin rollerine yönelik algılamalar. *Anotalia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26, 207-220.

- Türkpatent (t.y.). *Hakkında.* <http://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/commonContent/CAbout>
- Uyar, H. ve Zengin, B. (2015). Gastronomi turizminin alternatif turizm çeşidi olarak değerlendirilmesi bağlamında gastronomi turizm indeksinin oluşturulması. 362.
- Unesco.org.tr. (2015). www.unesco.org.tr/Home/AnnouncementDetail/298
- Ültay, E., Ültay, N. ve Akyurt, H. (2021). Sosyal bilimlerde betimsel içerik analizi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*.
- Whittemore, R., Chase, S. K., & Mandle, C. L. (2001). Validity in qualitative research. *Qualitative Health Research*, 11 (4), 522-537.
- Wineaster, A. (2013). Ceakages in the tourism systems: Case of Zanzibar. *Tourism Review*, 68(1), 62-75.
- Wolcott, H. F. (1994). *Transforming qualitative data: Description, analysis and interpretation*. Sage Publications.
- Yemek.com (2020). *İç Anadolu'dan geliyor: Haside Tatlısı tarifi.* <https://yemek.com/tarif/haside-tatlisi/>
- Ye-mek.net (t.y.). *Bulgurlu madımak yemeği.* <https://ye-mek.net/tarif/madimak-yemegi>
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemle* (10. Baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, F. (2023). 24 Nisan tarihinde yerelde yaşayan Hüseyin Yiğiner ile yapılan yüz yüze görüşme neticesine derlenmiştir/elde edilmiştir.
- Yıldırım, F. (2023). 24 Nisan tarihinde yerelde yaşayan Semanur Gümüş ile yapılan yüz yüze görüşme neticesine derlenmiştir/elde edilmiştir.
- Yılmaz, H. ve Ekincek, S. (2016). *Gurmeler ve iletişim*.
- Youtube (t.y.). <https://www.youtube.com/watch>
- Yüncü, H. R. (2010). Yerel değerler ve yayla turizmi sürdürülebilir turizm açısından gastronomi turizmi ve Perşembe Yaylası. 10. Aybastı-Kabataş Kurultayı, Ankara.

Zağralı, E.ve Akbaba, A. (2015).Turistlerin Destinasyon Seçiminde Yöresel Yemeklerin Rolü: İzmir Yarımadası'nı Ziyaret Eden Turistlerin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma, 10.

Zelenskaya, Z. E. ve Gordin, V. (2019). The role of hotel restaurants in gastronomic place brandig. *International Journal of Culture,Tourism and Hospitality Research*, 81-90.

Görüşme Soruları

1. Yerel Halka Yönelik Görüşme Soruları

- Kaynak kişinin demografik özellikleri (Yaş, Adı-Soyadı, Cinsiyet, Medeni Durumu, Mesleği, Doğum Yeri, Eğitim Durumu)
- Çubuğun yöresel yiyecek içeceklerinden ve unutulmaya yüz tutmuş reçetelerden neler vardır? Var ise bahsettiğiniz yiyecek içeceklerin sınıflandırılması nasıldır?
- Bahsettiğiniz yiyecek içeceği kimden öğrendiniz?
- Bu yiyecek içeceklerin malzemeleri nelerdir? Yapılışı nasıldır? Varsa hikayesini anlatır mısınız?
- Bahsettiğiniz yiyecek içeceğin hazırlanmasında, pişirilmesinde ve servisinde özellikle kullanılması gereken teçhizatlar var mıdır?

2. Yiyecek İçecek ile İlgili İşletmelerin Her Birinden Temsilen Görüşülen Kişilere Yönelik Görüşme Soruları

- Kaynak kişinin demografik özellikleri (Yaş, Adı-Soyadı, Cinsiyeti, Eğitim Durumu, Meslek, Sektör Deneyim Süresi)
- İşletmenize gelen müşteri profili daha çok yerli mi yabancı mı turistten oluşmaktadır?
- İşletmenizin menüsünde Çubuk ilçesine ait yiyecek içecekler yer alıyor mu? İşletmenize gelen misafirler, Çubuk ilçesinin yöresel yiyecek içeceklerini talep ediyor mu?
- Çubuk ilçesine ait hangi coğrafi işaretli ürünler ve yöresel yiyecek içecekler yer almaktadır?
- Çubuk ilçesinde yer alan coğrafi işaretli ürünlerin ve yöresel yiyecek içeceklerin bölgenin gastronomi turizmi açısından katkısı olacağını düşünüyor musunuz?
- Çubuk ilçesinin gastronomi turizmi açısından eksik yönleri nelerdir? Çubuk ilçesinde gastronomi turizmi gelişmesi kapsamında kurumlar ne gibi çalışmalar yapabilir?

Ek 4. Çubuk ile İlgili Albüm Fotoğrafları ve Yöresel Yiyecek İçecek Yapımında Kullanılan Bazı Araç-Gereçler



Bazlama Demirleme



Bikleğec



Bulgurlar Kaynarken



Yaslaağac



Hamur Yağlamak İçin Tavşan Ayağı



Piřirmek İçin Kullanılan Sac



Gözlemeler Piřerken



Bulgurlar Kurumaya Serilirken



Odun Fırını