

**NAHÇIVAN ÖZERK CUMHURİYETİ'NDE GIDA
SANAYİ, NAHÇIVAN MUTFAĞI VE
GASTRONOMİ**
*FOOD INDUSTRY, NAKHCHIVAN CUISINE and
GASTRONOMY in the NAKHCHIVAN AUTONOMOUS
REPUBLIC*



Prof. Dr. HALUK TANRIVERDİ
İstanbul Üniversitesi
haluk.tanriverdi34@istanbul.edu.tr
ORCID: 0000-0002-2716-0405

Doç. Dr. MEHRİBAN İMANOVA
Nahçıvan Devlet Üniversitesi
marketing05@mail.ru
ORCID: 0000-0003-2210-724X

Dr. Öğr. Üyesi HÜSEYİN BAĞIRSOYLU
Nahçıvan Üniversitesi
info@nu.edu.az
ORCID: 0000-0002-1414-0210

ÖZ

Bu çalışmanın amacı Nahçıvan'daki gıda sanayisi, mutfağı ve gastronomik değerleri incelenerek turizmin gelişimindeki rolü incelenmektedir. Araştırmada gıda sektörünün faaliyet alanları incelenmiş, gıda ile turizm arasındaki ilişkiler belirlenerek milli mutfağın faydaları araştırılmıştır. Çalışmada, ayrıca, Nahçıvan'ın gastronomik açıdan turizmin gelişimini etkileyen faktörler tespit edilmiştir. Nahçıvan'da gastronomik turizmin gelişmesi gıda üretimine talebi artırmakla gıda endüstrisi ve turizm endüstrisi arasında ilişkileri kuvvetlendirmekte, yeni ürün ve markaların daha benzersiz bir şekilde ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Satış imkânlarını arttırmakla katma değer meydana getirmektedir. Bu sayede kaliteli restoranlar ağını geliştirecek, bölgesel turizmde farklılık meydana getirmekle turist cazibesini artıracaktır. Azerbaycan'ın farklı ve zengin mutfakları arasında yer alan Nahçıvan mutfağının oluşturulacak çekici bir imajla, oluşturulacak destinasyonlara büyük katkılar sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti, Gıda Sanayii, Nahçıvan Mutfağı, Gastronomi.

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the food industry, cuisine and gastronomic values of Nakhchivan and its role in the development of tourism. In the research, the fields of activity of the food sector were examined and the relations between food and tourism were determined and the benefits of the national cuisine were searched. In the study, the factors affecting the development of gastronomic tourism in Nakhchivan were also identified. The development of gastronomic tourism in Nakhchivan strengthens the relationship between the food industry and the tourism industry by increasing demand for food production, leading to new products and brands appearing more uniquely. Increasing sales opportunities brings added value. In this respect, the network of quality restaurants will develop and it will increase tourist attractiveness by bringing difference in regional tourism. Nakhchivan kitchen, which is one of the different and rich cuisines of Azerbaijan, is evaluated to provide great contributions to the destinations to be formed with an attractive image to be formed.

Keywords: Nakhchivan Autonomous Republic, Food Industry, Nakhchivan Cuisine, Gastronomy

GİRİŞ

Turizm, konuğu karşılama, onun konforu ve huzuru ile ilgilenme, onu memnun etme ve konaklama, yeme ve içme ile ilgili ihtiyaçlarını karşılamayı ifade etmektedir. Başka bir açıklamayla konaklama endüstrisinin ana teması kişilerin evlerinden çıktıkları andan itibaren temel ihtiyaçlarını karşılamaları adına yeme, içme, konaklama ve ulaşım hizmetlerini sunmaktır (Sarıışık ve Özbay, 2015: s. 266-267).

Yemek, bir toplumun kendisini ve yaşama tarzını ifade şeklidir. Kültürün en önemli unsurlarından biri yemektir. Bir bölgeye özgü yemekler, o bölge için bir fark oluşturmaktadır. Günümüzde insanlar sadece açlık duygusunu gidermek için değil aynı zamanda o yemek sürecinde farklı deneyimleri yaşamak amacıyla evlerinden dışarıda yemek yemekteler. (Bucak ve Ateş, 2014: s.317).

Yemek yeme, yiyecek-içecek faaliyetleri, ve gastronomi arasında önemli ilişki bulunmaktadır. Kişileri seyahate iten üç temel unsur içinde gastronominin önemli rolü bulunmaktadır. Bu unsurlar; farklı yiyecek-içecekleri tatma ve üretim sürecini görme, değişik kültürleri mutfak geleneklerini bizzat gözlemleyerek öğrenme, yeni öğün sistemleri ve yeme stillerini keşfetme gibi sıralanabilir (Sarıışık ve Özbay, 2015: s. 267).

Gastronomi, tarihi, kültürel ve çevresel etkilere bağlı olarak neyin, nerede, ne zaman, ne şekilde ve hangi bileşimlerle yeneceğine ve içileceğine ilişkin öneriler sunma ve rehberlik etme olarak ifade edilmektedir (Bucak ve Ateş, 2014: s.316). Bir başka ifadeyle gastronomi, “belirli bölge ve ülkelerle ilgili, mutfak gelenek ve göreneklerini de içeren, iyi yiyecek, yeme, bilim ve sanatı” (Sarıışık ve Özbay, 2015: s. 266), “yiyecek ve içecek kültürünün bilime ve sanata dönüşmesi” olarak nitelendirilebilmektedir (Bucak ve Aracı, 2013: s. 207). Diğer taraftan gastronomi, diğer seyahat aktiviteleri ve çekiciliklerinin aksine günün herhangi bir saatinde ve her hava koşulunda elverişli olan bir turizm çeşididir (Sarıışık ve Özbay, 2015: s. 274-275). Yenilebilir tüm maddelerin hijyenik, sağlığa uygun şekilde, azami damak ve göz zevkini amaçlayarak, yemeye hazır halde sofraya getirilmesine kadar olan süreç, gastronominin alanında yer almaktadır (Sarıışık ve Özbay, 2015: s. 266).

Gastronomi, kültürel çekicilik boyutunda önemli bir yere sahiptir ayrıca destinasyona özgü olma özelliği ile de fark oluşturucu bir pazarlama unsurudur. Gastronomi turizmi, daha önce yaşanmamış bir yeme içme

deneyimini yaşamak için seyahat motivasyonu yaratan ve seyahat davranışlarını önemli ölçüde etkileyen bir turizm çeşidi olarak tanımlanabilmektedir (Güzel Şahin ve Ünver, 2015: s.64).

Gastronominin turizmin gelişimi açısından önemli rolü vardır. Destinasyonların tanıtılması açısından; yöreye özgü ürünlerin tadılması, bu yörelerin farklılıklarının ortaya çıkarılması ve bu ürünlerin de bazı ziyaretçiler için ülke, bölge veya turistik varış noktasının tercihinde rol oynaması önemli görülmektedir. Destinasyonlara yönelik gerçekleştirilen turizm etkinlikleri ve gidilen yerlerdeki gastronomi ürünleri birbirlerini tamamlar niteliktedir. Zira, gastronomi ve gastronomi kültürü, misafir için destinasyon tercihinde en çok ilgi duyulan çekicilik unsurlarının başında gelmektedir. Zira her misafir gittiği ülkenin mutfağını, lezzetlerini merak etmektedir. Birçok ülke ve bölge için yeni bir turizm pazarını temsil etmekte ve turistik destinasyonlar ile bu destinasyonlardaki girişimciler için benzersiz bir rekabet avantajı sağlamaktadır. (Aydoğdu, Okay ve Köse, 2016: s.120).

Genel olarak gastronomi turizmi; turistler tarafından tüketilen yerel kültürün bir parçası, bölgesel turizmin gelişmesinde önemli bir unsur, yerel tarım ve ekonomik gelişimin bir parçası, rekabetçi bölgelerin pazarlamasında önemli bir unsur ve son olarak da turistler tarafından tüketilen ürün ve hizmetler şeklinde gruplandırılabilir (Gürsoy, 2017: s.1298).

Gastronomi turizmi, yükselen turizm eğilimleri arasında yerini alan, etkinlik kapsamı geniş ve yüksek derecede farkındalık meydana getiren etkisi ile yerel halkın ve etkinliğin gerçekleştirildiği yerin kalkınmasında ve imajında önemli derecede katkıda bulunan, bölge ve ülkelerin tanıtımında önemli rol oynayan stratejik açıdan etkin faaliyetler olarak tanımlanmaktadır (Bucak ve Aracı, 2013: s. 203). Gastronomi turizmi aynı zamanda turistik ürün çeşididir. Turistik tüketici, seyahati boyunca tek bir turistik ürün çeşidini talep edebileceği gibi farklı çeşitlerin birleşimini, ayrıca destekleyici turistik ürünleri de seyahatine katmayı tercih edebilir Bu açıdan, gastronomi turizmi yeni turistik ürün olarak algılanmaktadır (Bucak ve Aracı, 2013: s. 214).

Bir bölge ya da işletmeye yeme içme amaçlı ziyaret ya da seyahat olarak ifade edilen gastronomi turizmi, kültür turizmi içerisinde gerçekleştirilen bir özel ilgi turizm türü olduğunu ifade etmek uygun olacaktır. Bir destinasyonun sahip olduğu en önemli unsurlardan biri gastronomik çeşitliliktir. Bu noktada gastronomi, destinasyona farkındalık yaratmak,

destinasyonun diğer destinasyonlarla rekabet edebilmesini sağlamak adına önemli bir unsurdur (Güzel Şahin ve Ünver, 2015: s.64).

Gastronomi turizmi birçok turizm çeşidi ile entegre edilebileceği gibi tek başına da bir turizm çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır. Gastronomi turizmi yeni bir turizm türü olmakla birlikte aslında çok uzun süredir yurt dışında destinasyon pazarlayan tur operatörleri ve seyahat acenteleri, gastronomiyi bir turizm ürünü olarak sunmaktadırlar. Gastronomik zenginlikler destinasyon pazarlama aracı olarak da kullanılmaktadır (Güzel Şahin ve Ünver, 2015: s.64).

Yerel Dünya turizm pastasından payını artırmak isteyen ülkeler: turizmin çeşitlendirilmesi ve sürekliliğinin sağlanması için ülkelerin turistik ürün bileşenlerinde cazibe-çekicilik unsurunu yeterli bulmayıp kültürel öğeleri, özellikle de gastronomi kültürünü ön plana çıkarmak istemektedirler. Böylece gastronomi turizmle bütünleşerek gerek iç, gerekse dış turizmde önemini artırarak, ülke ekonomisine de gelir sağlayıcı olarak katkıda bulunmaktadır. Gastronomi olgusu, turistlerin destinasyon seçiminde de etkili olabilmektedir (Bucak ve Aracı, 2013: s. 207).

Yapılan bir araştırmada, sunulan yemeklerin, kişilerin gittikleri yerde kaldıkları otelden memnun ayrılıp ayrılmamaları konusunda anahtar rol oynadığı saptanmıştır (Dilsiz 2010). Yapılan araştırmalarda, turist memnuniyetinin ölçülmesinde en önemli belirleyicinin gastronomi olduğunu, fiyat, kalite ve atmosferin ise bundan sonra geldiğini vurgulanmaktadır. Konuyla ilgili yazın incelendiğinde, turistlerin destinasyona seyahat kararlarında ve destinasyonların sadık müşteri kazanmalarında gastronomik değerlerin çok önemli bir rol oynadığını konu alan birçok araştırmaya rastlanmaktadır sıralanabilir (Sarıışık ve Özbay, 2015: s. 274).

Yine yapılan araştırmalarda, gıda şenliklerinin (festivallerinin) ve gastronomi turizminin, turizm destinasyonları için bir kimlik kaynağı olarak hizmet verebileceği görüşü ortaya konulmaktadır. Bu sebeple, destinasyon pazarlama örgütleri kendi kaynaklarını ve yeteneklerini kullanarak bir dizi rekabet avantajı elde etmek, gastronomi turizm stratejisi geliştirmek ve gastronomi turizmde dikkat çekmek için gastronomiyi turizmde marka imajı olarak desteklemektedir. Gastronomi turizminin diğer önemli etkisi de turizm sezonunun uzamasına katkıda bulunmasıdır. Destinasyon yemek kültürünün o yerin tercihinde önemli bir etken olduğu, yemek kültürünün destinasyon kimliği bileşeninin önemli parçası olduğu ortaya konulmuştur (Sarıışık ve Özbay, 2015: s. 274-275).

Haluk Tanrıverdi,
Mehriban İmanova,
Hüseyin Bağırsoylu
2 (Ek.1) 2018

Dünya'da ün yapmış olan mutfakların üç temel özelliği tanınmışlık, özgünlük ve çeşitliliktir. Tanınmışlık; bir mutfağa ait yemeklerin diğer kültürlerce bilinip uygulanmasını, özgünlük; bir mutfakta üretilen yemeklerin tamamen o kültüre has olmasını, çeşitlilik ise o mutfakta üretilen yiyeceklerin, tariflerin bolluğunu, zenginliğini göstermektedir (Gülen, 2017; s.34).

**Nahçıvan Özerk
Cumhuriyeti'nde Gıda
Sanayi, Nahçıvan
Mutfağı ve
Gastronomi**

Dünya Mutfakları bugün dokuz başlık altında toplanmaktadır. Bunlar; Fransız Mutfağı, Türk Mutfağı, Uzakdoğu Mutfağı , Kuzey ve Güney Amerika Mutfağı, Güney Avrupa Mutfağı, Kuzey Avrupa Mutfağı, Afrika Mutfağı, Orta Asya Mutfağı (Afganistan, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Tacikistan, Türkmenistan) ile Orta Doğu Mutfağı' (Azerbaycan, Bahreyn, Birleşik Arap Emirlikleri, Ermenistan, Gürcistan, Irak, İran, Katar, İsrail, Kıbrıs Cumhuriyeti, Kuveyt, Lübnan, Mısır, Suriye, Suudi Arabistan, Umman, Ürdün, Yemen) dir (Gülen, 2017; s.35).

• 266

Diğer taraftan gıda sanayisinin gelişiminin de ülkelerin gastronomi ve turizm faaliyetlerinin gelişimini olumlu etkilediği de görülmektedir. Nüfusa gerekli beslenme ürünleriyle donatmak ve normal beslenmeyi organize etmek, insanlığın karşılaştığı en önemli ve kalıcı sorunlardan biridir. Gıdaların üretimi ve beslenme ihtiyaçlarının karşılanması da her birey için sürekli olarak ilgilenen kişisel bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Son yıllarda, bilim adamları yiyecekleri turizm ürününün ayrılmaz bir parçası ve bir araç olarak görmektedirler. Çünkü gıda faktörünün bölgesel turizmin gelişiminde pek çok faydası bulunmaktadır. Yerel yemek, yeri "hissetmek" ve büyümek için yardımcı olabilecek önemli bir elementtir. Gıda ile turizm arasındaki bağlantıyı artırmak, gıdaların sürdürülebilirliğini arttırmakta ve turizm tesisinin rekabet gücünü arttırmakta, ziyaretçilerin sayısını arttırmakta, verimliliği arttırmakta, bölgesel tanımlamayı güçlendirmekte ve diğer sektörlerin teşvik edilmesini sağlayarak ekonomik büyümeyi teşvik etmektedir. Gıda ve turizm alanındaki araştırmalara artan ilgiye rağmen, bu iki unsuru birbirine yakınlaştırmak için hala çalışmalar yapılmaktadır. Turizm, gıda için ek satışlar sağlar, yerel üreticilere ve yerel gıda ürünlerine yönelik turizme ilişkin maliyetleri artırır ve yerel ekonomileri geliştirir. Gıda maliyetleri, toplam turizm giderlerinin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Yeni Zelanda'da turizm masraflarının yaklaşık% 57'si, İngiltere'de% 40'ı ve Güney Afrika'da % 24'ü gıda masraflarıdır (Steinmetz, 2010).

Gastromomi Uygulamaları

Gastronomi kendi başına çok önemli bir turistik ürün olduğundan, ülkeler ve kentler gastronomik potansiyellerini pazarlamada yarışır hale gelmektedirler. Dünyada İtalya, İspanya, Portekiz, Çin, Fransa gibi ülkeler ve Türkiye'de Erzurum, Kayseri, Manisa, Mersin, Mardin, Gaziantep, Afyon, Bursa, Adana, İzmir, Kahramanmaraş, Samsun ve Siirt bu anlamda akla gelen ilk isimler olmaktadır (Gürsoy, 2017: s.1298).

Genel olarak gastronomi turizmi faaliyetleri: yiyecek malzemelerinin yetiştirildiği çiftliklere ziyaretler; bağbozumu etkinlikleri, üzüm bağlarına geziler; gül toplama / hasadı turları; yerel ürün üreticilerini yerinde ziyaret etme; peynir yapımı atölye çalışmaları, zeytinyağı yapımı izleme ve tadım etkinlikleri, yerel pazarları ziyaret etme; yerel yiyecek içecek festivallerine katılım; özel mekânlarda özel menülerin tadımı; şarap degüstasyonları (Gürsoy, 2017: s.1298) şeklinde sıralanabilir. Ayrıca lezzetler, üretildiği yöreler itibarıyla "Coğrafi İşaret" ile tescillenerek korunması ve gelişimi sağlanmaktadır.

Gastronomi turizmi endüstrisi, sadece yiyecek içecek işletmeleri ve yemek rehberleri çerçevesinde değil; ek olarak bu endüstrinin içerisinde; aşçılık okulları, yemek kitapları satan dükkanlar, gastronomi tur operatörleri ve bu turların rehberleri, gastronomi ile ilgili medya, televizyon programları ve dergiler, gastronomi ile ilgili aktiviteler, şarapçılar ve şarap bağları, bira fabrikaları, içki damıtım yerleri, tarla sahipleri ve üreticileri de bulunmaktadır (Bucak ve Aracı, 2013: s. 207).

Gastronomi turizminin en önemli unsurlarından biri olan yerel ve bölgesel gastronomi turizminin gelişmesi hem de tatil mekanı pazarlama perspektifinden, uzun soluklu rekabetçiliğe katkı sağlayabilmek için iyi bir potansiyele sahiptir. Yemek pişirmekle ilgili mirası koruyarak ve tatil mekanının otantikliğine değer katarak, yerel ve bölgesel turizm kaynak temellerini genişleterek ve geliştirerek, tarımsal üretimi teşvik ederek yerel ve bölgesel yiyeceğin reklamını yapmak, turizm ve yerel ekonomilerin tarım sektörünü desteklemesinin ve güçlendirmesinin etkili bir yoludur. Gastronomi turizmini gerçekleştirmek için bir taslak ve kılavuzun geliştirilmesi, mevcut ve muhtemel girişimcileri yerel ve bölgesel yiyeceğin turizm potansiyelini en iyi şekilde kullanmaları için fırsat oluşturmaktadır (Bucak ve Aracı, 2013: s. 207).

İnsan doğası gereği vazgeçilmez olan yeme içme eylemi, turizm sektöründe bu alanın belirleyici, temel etkenlerden biri olmasını gerektirmektedir. Çünkü söz konusu mutfak kültürü, turistlerin destinasyon seçiminde temel

çekicilik unsurlarından biri olmaktadır. Gidilen ülkede yerel halkın yeme içme alışkanlıklarının turistler tarafından deneyimlenmesi, hem turistlerin ilgisini çeken bir aktivite hem de turizm sanayisinin amaçlarından biridir.

Günümüzde de küreselleşmeyle birlikte ülkelerin mutfakları, yemek kültürleri, yiyecek içecek alışkanlıklarında ve tüketimlerinde de hızlı bir değişime neden olmaktadır. Yöresel lezzetler özellikle korunması gereken unsurlardır. Çünkü milletlerin birçok adetleri gibi yiyeceklerinde de kültür, tarihi oluş ve tabiat varlığının tesirleriyle özellikler bulunmaktadır (Gülen, 2017; s.35).

Araştırma Hakkında Bilgiler

Araştırmalar ziyaretçiler için yerel mutfağın iklim, konaklama koşulları ve doğal güzelliklerden sonra dördüncü en önemli çekicilik unsuru olduğunu göstermektedir. Yine araştırmalar yiyeceklerin ülkelere yapılan ziyaretlerin tekrarlanmasında en önemli faktör olduğunu göstermektedir. (Gürsoy, 2017: s.1299). Kültürün ilgi çeken yeme-içme alışkanlıkları, tatil konseptlerinde pazarlamanın parçası haline gelmiştir. Öte yandan mutfak kültürleri ülkelerin turizm pazarlamasında en önemli enstrümanlardan biri konumundadır (Bucak ve Aracı, 2013: s. 204)

Nahçıvan'ın turizm faaliyetleri hakkında genel bilgiler verecek olursak; Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti nezdinde Nahçıvan şehrinde Nahçıvan Turizm Enformasyon Merkezi turizm faaliyetleri konusunda yol gösterici faaliyette bulunmaktadır. 2017 verilerine göre, yılda 413.357 turist üleymisafir olarak gelmiştir. Nahçıvan'da 5 turizm şirketi faaliyette olup, seyahat işletmeciliği ve konaklama faaliyetlerinde görev yapmaktadır. Nahçıvan'da 21 konaklama tesisi bulunmakta bunların yatak kapasitesi 1.500 civarındadır. Turist sayısının her yıl artışına paralel olarak, Nahçıvan Özerk Cumhuriyetinde yemek hizmetinde bulunan girişimci sayısı her yıl artış göstermektedir. 2016'da 853 yiyecek içecek tesisi faaliyette bulunmakta, bu yeme-içme tesislerinde 26.890 kişiye hizmet verilebilme imkânına sahiptir. Yeme-içme tesislerinin 2017 yılı ticaret hacmi 63.183,3 bin manatlık satış hacmine ulaşmıştır (turizm.nakhchivan.az).

Gastronomi turizmi potansiyeli açısından Azerbaycan ve Onun Özerk Cumhuriyeti olan Nahçıvan, son derece zengin değerlere sahiptir. Ülkede 3.000 den fazla milli mutfak ürünü olan yemek bilinmektedir. Fakat bunların ancak 40-50 adedi misafirlere sunulabilme imkanlarına sahiptir. Gastronomik açıdan Nahçıvan Mutfağı birçok ülkeden daha zengin değerlere sahip olmasına rağmen halen istenilen düzeyde gelişmemiştir.

Nahçıvan; gerek sahip olduğu turistik çekiciliğiyle, yetiştirdiği sebze ve meyvalarıyla, gerekse tarih boyunca köklü ve zengin bir mutfağa sahip olmasıyla, turistik destinasyon ve gastronomi turizm açısından tercih edilebilecek potansiyele sahip bir ülkedir.

Türk Coğrafyası, tıpkı Çin gibi binlerce yıllık tarihinden gelen yoğun ve köklü bir gastronomi mirasına sahiptir. Coğrafi özellikleri bakımından çeşitli bitki, sebze ve meyvenin yetiştiği topraklar, gastronomi alanında tam bir kültür harmonisi sergilemektedir. Bu araştırmayla Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti'nin gıda sanayisinin mevcut durumu, turizmle ilişkileri ve gastronomi turizmi açısından fırsatları incelenmektedir.

Nahçıvan Gıda Sanayisi ve Mutfağı

Gastronomi, güçlü bir mutfak sanatıyla, gıda sektörünün gelişimi ve tarım ürünlerinin gereği gibi var olmasıyla yakından ilişkilidir. Bu nedenle burada Nahçıvan'ın gıda sanayisi, mutfağı ve tarım ürünleri hakkında bilgiler verilmektedir. 1990'da eski Sovyetler Birliği'nin çöküşüyle bağlantılı olarak cumhuriyetler arasındaki mevcut sorunlar, Ermenistan'a karşı çözülmemiş savaş ve pazar ekonomisine geçiş, Nahçıvan ekonomik bölgesi ve ülke ekonomisi üzerinde olumsuz bir etkisi olmuştur. Özerk cumhuriyetin kuşatılmış bir coğrafyada olması sosyo-ekonomik kalkınmayı olumsuz etkilemiştir. Daha sonraki yıllarda, krizden sanayi üretimini kaldırmak için önemli adımlar atılmış olup, benimsenen Devlet Programlarının uygulanması endüstrinin gelişimine güçlü bir katkı sağlamıştır. Ülkede olduğu gibi, antik kentte, bölgelerin sosyo-ekonomik kalkınmasına ilişkin 2004-2008 ve 2009-2013 yıllarını kapsayan iki Devlet Programı uygulanmıştır (Əhmədov, 2013). Geçtiğimiz yıllarda özerk cumhuriyetin gelişmesini sağlamak için başarıyla uygulanan devlet programları ve "2014-2018 yılları arasında Nahçıvan Özerk Cumhuriyetinin Sosyo-Ekonomik Kalkınması Devlet Programı ve "2016-2020 yıllarında Nahçıvan Özerk Cumhuriyetinde Meyve ve Sebzelerin Geliştirilmesi için Devlet Programı" ortak gelişmeyi sağlamış, yeni üretim ve hizmet endüstrileri ortaya konulmuştur. Bu programın başarılı bir şekilde uygulanması sonucunda bölgede yüzlerce hektar yeni meyve bahçesi eklenmiş olup, sebze ekimi alanları artırılmıştır. 2016 Yılında alınan tedbirler neticesinde işleme sanayisinde 79.7 kat, elektrik enerjisi, gaz ve su üretim ve dağıtımında 18 kat artış sağlanmıştır (Şərq qapısı qəzeti).

Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti tarihsel olarak bir tarım bölgesi olarak tanınmasına rağmen, 10 yılı aşkın bir süre endüstriyel bir bölgeye dönüşmüş, endüstriyel üretim hacmi tarımsal üretim hacmini aşmıştır.

Haluk Tanrıverdi,
Mehriban İmanova,
Hüseyn Bağırsoylu
2 (Ek.1) 2018

Gastronomi turizminin geliştirilmesi için uygun koşullar oluşturan gıda sanayii, özerk cumhuriyette muhafaza edilmiştir. Gıda ve turizm arasındaki ilişkinin artırılması gıdanın genel dayanıklılık sağlamakta, turizm kaleminin rekabet gücünü artırarak, artan ziyaretçi sayısını ve verimliliği yükseltmekte, bölgesel kimliği güçlendirerek, diğer sektörlerde artışla neticeselikle ekonomik yükselişe yardımcı olmaktadır. Bölgedeki gastronomik turizmin yeni bir alan olması nedeniyle gelişimi dikkatin merkezinde yer almaktadır. Bu gelişmeyi olumsuz etkileyen faktörler olarak; mevcut elemanların taleplere tam cevap verememesi, bölgelerinde turizm bilgi merkezlerinin az olması, milli mutfak tanıtımının yeterince teşkil olunmaması, turizmde hizmet kalitesinin ve müşteri memnuniyetini şekillendirmenin zayıf teşkili gösterilebilir.

Şu anda, Nahçıvan Özerk Cumhuriyetinin sanayi sektöründe önemli bir yere sahip olan gıda endüstrisi çeşitli gıda ürünlerinin üretimini kapsamakta ve yerel tarım ürünleri işleme endüstride özel önem taşımaktadır. Tarım ürünlerinin artan üretimi neticesinde, özerk cumhuriyette kümes hayvanları, tahıl işleme, et işleme, süt ürünleri işleme, çeşitli gıda sanayi ürünleri ve tarım ürünleri işleme alanlarında uzmanlaşmış küçük ve orta ölçekli işletmeler devreye girmiştir. “2008-2015 yılları arasında Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti’nde Gıdalarla Nüfusun Güvenilir Şekilde Teslimine İlişkin Devlet Programı”, halka kaliteli gıda ürünleri sağlanmasında olağanüstü bir rol oynamıştır (http://nakhchivan.preslib.az/az_e4.html). Yeni işleme tesislerinin oluşturulması, ülkedeki tarımsal üretim hacminde yıllık artışa, nüfusun gıda güvenliğini güçlendirmeye ve daha da geliştirmeye ve doğal felaketler sırasında gıda güvenliği sağlamak için devlet rezervleri oluşturulmuştur. Yerel gıda, tarım faaliyetleri, uygun tüketim, girişimciliği geliştirme, markalaşma ve sürdürülebilir pazarlama faaliyetinin gelişimi için büyük önem taşımaktadır. Genel olarak, 2016 yılında 429.448.4 bin manat tarımsal üretim üretilmiş olup; bunların 263.814.7 bin manatını bitki yetiştirme ve 165.633.7 bin manatını hayvancılık ürünü teşkil etmektedir (statistika.nmr.az). Nahçıvan’da tarım ürünlerinin üretimine ilişkin veriler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 1. Tarımsal ürünlerin üretimi

	2010	2012	2013	2014	2015	2016
Ana ürün ürünlerinin üretimi (çiftliklerin tüm kategorilerinde), ton						
Tahıl ve baklagiller	105045	111691	113351	113850	117352	111228
O cümlədən						
buğday	73246	77107	77218	77288	79140	80248
Dən üçün						
günəbaxan	632	678	695	663	690	726
Patates	37902	39441	41297	41405	45043	46409
Sebze	64782	65809	66497	66731	82016	83142
Bostan ürünleri	40024	41791	39038	34339	38003	38202
Meyve	38225	41996	43276	36196	51111	51980
Üzüm	13912	14724	15113	14395	15354	15581
Hayvansal ürün üretimi, ton						
Et (kesilmiş çekide)	9771	10320	10825	10951	13812	14069
Süt	75965	78417	78613	78929	80244	81372
Yumurta, bin adet	64158	69545	69645	70261	73486	80422
Yün (fiziki çekide)	944	969	983	996	1010	1022

Haluk Tanrıverdi,
Mehriban İmanova,
Hüseyn Bağırsoylu
2 (Ek.1) 2018

2016 yılında kişi başına yıllık 210,7 kg temizlenmiş tahıl, 103,9 kg patates, 186,1 kg sebze, 85,5 kg yiyecek için bostan bitkileri, 116,3 kg meyve ve gilemeyve, 31,5 kg et, 182,1 kg süt, 180,0 adet yumurta tüketilmiştir (www.stat.gov.az).

Tarımsal ürünlerin hacminde dinamik bir artış, işleme yapan işletmelerin sayısının artmasına neden olmuştur. Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti, tarım ekonomisinden endüstriyel üretime kadar çok uzun bir yol kat ettiğini görüyoruz; 2008 yılından bu yana ilk defa tarımsal ürünlerin üretimi hedefleri aşıldığı için tarım sektörü ile sanayi sektörü arasındaki karşılıklı yararlı işbirliği, ekonomik kalkınma ile sonuçlanmıştır. Bunun sebeplerinden biri, özerk cumhuriyetin, temel bir sanayi ihtiyacı olan hammadde açısından büyük avantajları olmasıdır. Özerk cumhuriyetin modern ekonomik potansiyelinin yanı sıra tarım, hayvancılık ve madencilik hammaddeleri,

Nahçıvan'ın kendi kabiliyetlerinin sanayileşmeyi yalnızca ekonomik değil, sosyal yönlerinin de hızlandırmasını sağlamıştır. Doğal kaynakların nihai ürüne dönüştürülmesi, bölgenin ekonomik kalkınmasında en önemli konulardan biridir. Hammaddelerin hazır ürünler haline dönüşümü, enerji kaynaklarının kullanılabilirliğine bağlıdır (Nuriyev, 2004).

Sektörün gelişimi için önemli bir ulaşım sistemi deniz ve demiryoludur. Bakü-Tiflis-Kars demiryolunun Nahçıvan'a kadar uzatılması, ulaşım kuşatmanın ortadan kaldırılması ve ürünlerin dünya pazarına getirilmesi için uygun bir proje olarak düşünülmektedir. 2016 Yılında işleme endüstrisinde 899.299.5 bin manat değerinde ürün üretilmiştir. Bunların içeceği ve tütününü de içeren 277.816.7 bin manat değerinde gıda ürünlerinden oluşuyordu. (statistika.nmr.az). Buna ilişkin veriler tabloda verilmiştir.

Tablo 2. Gıda endüstrisinde temel gıda ürünlerinin imalatı

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Natura ifadesinde ana ürün çeşitlerinin üretimi									
Tere yağı, ton	886.9	918.7	963.7	1.018	1.030	1.056	1083	1108	1139
Salam ve sucuk ürünleri, ton	980.7	994.8	1.055	1.205	1.274	1.323	1353	1391	1444
Taş tuz (kuru yöntemle hasıl edilmiş), bin ton	6.4	6.4	5.5	6.7	6.6	7,7	6,3	5.7	5.4
lyotlu tuz, bin ton	3.3	3.4	2.5	3.7	3.2	3,1	3,1	2.6	2.2
Taze tatlılar ve hamur işleri, ton	385.8	402.9	488.3	1 025	1102	1156	1245	1288	1356
Şekerlemeler, ton	161.9	250.3	277.3	305.6	310.8	321,7	325,6	329.5	338.7
Zencefilli pryans ve s., ton	18.4	20.8	-	-	-	-	-	-	-
Pişmemiş makarna yumurta ile, ton	400.9	433.2	489.5	556.6	564.9	591,5	603,9	617.2	635.7
Şeker, ton	2 241	2 411	3 065	3 739	3856	4137	4240	4376	4546
Maden suları, min dkl (10.000 litre)	3 602	4 038	4 103	5 945	6545	7062	7309	7580	7845
Şarap, min dkl (10.000 litre)	82.7	84.8	95.5	100.5	107.8	113,6	118,8	124.4	130.1
Votka, min dkl (10.000 litre)	103.8	109.2	117.4	123.6	129.3	138	143,1	151.7	161.6
Süt bira, min dkl (10.000 litre)	18.6	20.0	28.0	36.6	40.9	46,8	50,1	44.7	51.5

Tablodan görüldüğü gibi, ana gıda ürünlerinin dinamikleri endüstrinin geleceğe yönelik gelişimini göstermektedir. Günümüzde kırsal ve kentsel yerleşim yerlerinde fırıncılık şehirleri ile birlikte küçük işletmeler (mini değirmenler ve fırın dükkânları) kurulmakta ve ağırları genişlemektedir. Bu güne kadar 442 sanayi kuruluşu kurulmuş, bu kuruluşlarda üretilen 371 ürün çeşidinden 344'ü yerel üretimle karşılanır, bunlardan da 107'si gıda, 237'si gıda dışı ürünlerdir (statistika.nmr.az).

Genel olarak, turistler ortalama seyahat masraflarının yaklaşık üçte birini gıdaya harcamaktadırlar. Genel maliyetleri azaltmak için turistlerin yiyecek maliyetlerini azaltma ihtimalleri daha düşüktür. Bu bakış açısıyla yiyecek ve besinler, arazi için katma değer kaynağı olarak görülebilir. Gıda ve mutfak, açıkça toplum kültürü için ayrılmaz bir parçadır. Turizm endüstrisinde yerel gıdaları kullanma imkânları ve endüstri için bol miktarda tarımsal ürün, Nahçıvan'daki turizmin daha da geliştirilmesi için faydalıdır.

Turizmi güçlendirmek, gıda üretimine olan talebi artırarak gıda sanayii ve turizm endüstrisi arasındaki bağları güçlendirir.

Gıda ile turizm endüstrisi arasındaki ilişki aşağıdaki tablodaki gibi özetlenebilir:

Tablo 3. Gıda ve Turizm Sanayi İlişkisi

Gıda sanayisi	Turizm sanayisi
Yerel restoranlar	Gastronomik turizm
Köylü pazarları	Katma değer
Üreticiler	Pazarlama ve tanıtım
Tedarikçiler	Yerel turizm işletmeleri

Gastronomi turizmini geliştirmek için bu gıda ve turizm endüstrisi arasındaki karşılıklı etkileşim doğru değerlendirilmelidir.

Bu olumlu gelişmelere karşılık, Dünya Ticaret Örgütü, "İpek Yolu" Programı kapsamında katılımcı ülkeler için basitleştirilmiş bir vize rejiminin kurulmasını düzenli aralıklarla tartışmaktadır. Bir yandan, Azerbaycan ve birçok İpek Yolu ülkesi, başta Orta Asya ülkeleri ile olmak üzere vize kısıtlamalarının olmadığı; fakat pek çok İpek Yolu ülkesinin vize rejimine tabi olması, tabii olarak ülkedeki turist değişimlerinin ve Nahçıvan'ın gelişiminde olumsuz etki yapan hususlardan biridir (Əhmədov, 2013).

Nahçıvan ve Gastonomi

Ana vatan Azerbaycan'ın tüm bölgeleri değerli tabii yapısıyla zengindir. Yeraltı ve yüzey doğal kaynakları bakımından zengin olan Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti, meyvelerinin görünümü ve tadıyla ayırt edilir. Bunlardan bir

tanesi sadece Nahçıvan'da yetişen göyçe türüdür. Göyçe bugün dünyada Nahçıvan'ın dışında başka bir yerde bulunmamaktadır. Bu meyve yaklaşık 300-400 yaşındadır. Göyceni tanıtmak ve marka bir ürün haline getirmek için Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti'nde "Göyçe Festivali" yapılmaktadır. Nahçıvan'daki ilk göyçe festivali 27 Mayıs 2016'da Nahçıvan'daki Tarihi Mimari Müze Kompleksi'nde yapılmıştır. Nahçıvan Şehrinden, Şerur, Babek ve Ordubad bölgelerinden 70 arazi sahibi tarafından yetiştirilen 3 tondan fazla farklı tohum festivaline getirilmiştir. Festivalin katılımcılarına reçel, komposto, turşu, lavanta vb. ürünleri sunulmuştur. İkinci Festival ve Şöleni, 3-4 Mayıs 2017'de yapılmıştır (az.wikipedia.org/wiki/Naxçıvan_göycesi).

Nahçıvan'ın coğrafi konumu, biyoçeşitliliğin olumlu yapısı ve verimli toprak örtüsü, antik çağlardan beri bu alanda çeşitli tarımsal faaliyetlerin oluşmasına ve gelişmesine yol açmıştır. Bu alanlardan birisi arıcılık, halkımızın ekonomik ve hane halkı yaşamındaki en önemli yerlerden biridir. Tarihî kaynaklar, Nahçıvan'da arıcılığın, balın, orman arıcılığının ve ilerici arıcı birikimin gelişimi gibi tüm gelişim aşamalarını geçtiğini göstermektedir. Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti'nin Şahbuz bölgesindeki Ballıkaya, Ordubad bölgesindeki Aritepe ve diğer alanlar, bu alanların eski arıcılık yerleşim alanları olarak popüler olduğu yönündedir. Bütün bunları göz önüne alarak düzenlenen bal festivali Nahçıvan'da yapılmaktadır (axar.az/news/toplum/112636.html).

Bölgede birçok maden suyu kaynağı vardır. Bademli ve Sirab maden suyu fabrikaları kendisinin kaliteli ve tedavi suları ile tüm dünyada meşhurdur. Nahçıvan İli doğal ve mineral suyu olan pınarlarından göre dünyada ilgi çeken bölgelerdendir. Bu nedenle, Nahçıvan'a sıklıkla doğal mineralli su müzesi denilmektedir. Özerk cumhuriyetin 5.500 metrekarelik alanda 250'den fazla maden suyu kaynağı bulunmaktadır. Bu suların çoğu Şahbuz, Ordubad, Şerur ve Nahçıvan vadilerinde yer almaktadır. Nahçıvan'da 6 çeşit maden suları, 33 farklı türleri bulunmaktadır. Bu suların% 98'i karbondioksittir ve hidrokarbonat sular olarak sınıflandırılmıştır. Özerk Cumhuriyet'te bulunan muamele önemli mineral suları ile doludur (Əjdərov, 2000).

Üzüm yetiştirme ve şarap yapımı, tarımsal-endüstriyel alanlar arasında özel bir yere sahip olan Nahçıvan ekonomisine katma değer taşır ve ekonomik açıdan gelir getirici öneme sahiptir. Bağcılık, tarımsal üretimin maliyetinin yüksek olmasına rağmen, kişi başına en fazla ürün getiren özelliğe sahiptir. Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti'nin tüm ilçelerinde üzüm dikilebilir ve yetiştirilebilir, Bu nedenle, Sovyet döneminde Nahçıvan'daki şarap fabrikası

eski şöhretine kavuşarak gastronomik turizmin gelişmesine yol açabilir. Nahçıvan'da önemli miktarda üretilen salam ve sucuk üretiminin özüne mahsus lezzet ve kalitesi açısından ülke çapında tanınmasıyla birlikte, hedef ülkelerde de tanıtılması turizm endüstrisine ek gelir getirebilecektir.

Azerbaycan'ın mutfak ustaları ziyaretçileri nezdinde yetenekleriyle bilinmektedir. Yemek tariflerinin tarihi yüzyıllar önce Azerbaycan'da var olmuştur. Tüccarların, savaşçıların, tarihçilerin ve büyükelçilerin hatıralarında, Büyük İpek Yolu'nun geçtiği Nahçıvan'ın harika yemekleri hakkında yazmışlardır. Ekolojik bakımdan temiz ve sağlıklı olan Nahçıvan ürünleri, sebze yemekleri, yeşil yemekler, kokulu baharatlar ve vatanseverlik gelenekleri, iklim bakımından zengin yaşam tarzı, Nahçıvan mutfağı, buradaki gastronomik turizmin geliştirilmesi için uygun şartlar meydana getirmektedir.

Azerbaycan zengin ve çeşitli mutfaklara, misafirperverlik geleneklerine sahiptir. Eski çağlardan beri, et ve gıda ürünleri zenginlik olarak etiketlenmiştir. Masa örtülerinin zenginliği o kadar verimli ve üreticiydi ki sanki dekore edilmiş gibidir. Dünyada olan 11 iklim kuşağından 7'sinin özerk cumhuriyette olması, zengin flora ve fauna, coğrafi konumu Nahçıvan mutfağının zengin olmasına etki eden faktörlerdir. Azerbaycan mutfağının yemekleriyle birlikte Nahçıvan mutfağının da kendi yemekleri bulunmaktadır. Nahçıvan mutfağı ayrıca zenginliği ve harika tadı ile komşu milletlerin mutfağını etkilemiştir. Azerbaycan'da olduğu kadar Nahçıvan'da da ekmezsiz bir masanın hayal edilmesi imkânsızdır. Bu nedenle çeşitli ekme türleri vardır: ince tandir lavaşı, kalın destana, kömbe gibi.

Nahçıvan mutfağında parça bozbaş, köfte bozbaş, Çölmek pitisi, bozartma, çığırtma, dolma, kebab, haş, erişte, umac vb. sıklıkla bulunur. Ana yemeklerin başında plov (pilav) gelir. Pilavın ana kısmı pirinçtir. Pilavın «karası" ise çeşit çeşit olur ve koyun, sığır, tavuk etinden, çərəzdən (ceviz, fındık, kestane), meyve karaların (kayısı, erik, erik vb.), sebze ve diğer gıda ürünlerinden kullanılarak hazırlanır. Süt ve süt ürünlerinden hazırlanan südaşı, bulama, qatıq aşı, qatıqlama, dovğa, ayran aşı, qurut aşı ve diğer yemeklerin Nahçıvan mutfağında özel bir yeri vardır. Kebaplar Azerbaycan'da yaygınlaşmaktadır. Nahçıvan'da lüle kebab, tike kebab, basdırma kebab, tava ve saciçi kebablar pişirilir. Kebab genellikle koyun ve sığırlardan ve tavuk ve bıldırcın etinden yapılır. Nahçıvan'ın göl ve nehirlerinde çeşitli balıklar yaşar ve Nahçıvan mutfağına giren balık yemekleri arasında balık kebabları, kızartmaları, balık bastırması özellikle yaygındır (Naxçıvan Mətbəxi, 2012).

Haluk Tanrıverdi,
Mehriban İmanova,
Hüseyn Bağırsoylu
2 (Ek.1) 2018

Kavurma, Azerbaycan mutfağının en lezzetli yemeklerinden biridir. Nahçıvan'a gelen turistler özellikle ulusal yemekleri arasında kavurma sipariş etmektedirler. Kavurma, Nahçıvan şehrindeki lokantalarda, özellikle sonbahar ve kış aylarında, en sıklıkla sipariş edilen yemeklerden biridir. Kavurma popüler bir ulusal mutfağın sadece bir örneği değil, aynı zamanda milletimizin zengin geçmişi, gelenekleri ve gıdaların bir gıda maddesi olarak önemli etkiye sahiptir. Ayrıca kızartma ile ilgili "Kitabi-Dede Gorgud" Destanında da bahsedilir.

Nahçıvan'ın ekolojik temiz havası, güneş ışınlarının bolluğu ve diğer faktörlerin bir sonucu olarak, bu arazinin ürettiği meyveler, sebzeler ve diğer ürünler tat ve kaliteleri farklılık göstermektedir. Bu da bu ürünlerden hazırlanmış yemeklerin, tatlılar, şerbet ve şirelerin lezzetli ve leziz olmasına neden olur. Nahçıvan mutfağı yemekle beraber çeşitli şorba ve salatalar, ayrıca şerbet ve meyve suları ile zengindir. Genellikle, yemeklerden sonra, çay ile birlikte masaya çeşitli tatlı çeşitleri ve reçeller verilir. Ordubad kayğanağı ve paklava, şekerbura, kete, bükme ve başkaları Nahçıvan'ın tatlılarında yaygınlaşmaktadır (turizm.nakhchivan.az).

"Kitabi-Dede Gorgud" destanında Azerbaycan yemekleri hakkında zengin bilgiler bulunur (Kitabi-Dədə Qorqud). Çağlardan beri tahıl ürünleri, et ve süt ürünleri ve kabak bitkilerinin popülasyondaki başlıca gıda maddeleri olduğu açıktır. 15. yüzyıldan beri ülkeye gelen Avrupalı gezginler ve diplomatlar, sofrta takımları, Azerbaycan yemekleri hakkında bilgi vermişlerdir (Memmedova, 2011: s.354).

Tahıllardan pişirilen sevilen yemeklerden biri günlük fasulye çorbasıdır. Et ürünlerinden yapılan gıdalar halkın yüksek beslenme kültürü hakkında bilgi verir. Örneğin: "İreva Han'ın yemeyi" olarak bilinen Han'ın yemeğidir. Bölgede en sevilen ve nadiren hazırlanan yemeklerden bir tanesi "Kan bizbaşı", bezelyeden yapılan bir başka yemek "süt, buğday bezelyesi", yerel yemeklerden biri Kür-Kır köfte, günlük doldurulmuş domateslerin aksine, soğan doldurma ve kordolma, deli dolmadır. Dolma, 2017-de UNESCO'nun Somut Olmayan Kültürel Miras listesine Azerbaycan'a ait bir mutfak türü olarak dahil edilmiştir. Süt ürünleri yaygın olarak kullanılmaktadır. Bunlardan en ilginç, özel lezzeti olan peynir suyundan alınan "norun" ve ayrandan alınan "cortdan qurudu"dur. Ferahlatıcı "Katma aş" beyaz ürünlerden kendi yerini almaktadır. Sofraların şahı olan pilavlardan "Qırxbuğum plovu"da nadiren pişirilir. Sıcaklık veren yemeklerden biri "Yarmalı əleysili" yemeğidir. Törenlerde pişirilen un, umac helvası ana

yemek sayılır. "Ceviz helvası" ve "Çörek helvası" tatlılar gibi evlerde pişirilir (Memmedova, 2011: s.354).

Azerbaycan'ın farklı bölgelerinde pişirilen kutabların aksine bölgede pişirilen yeşillik kutablarına "xıtab" denir. Soba ve çarşaf oluşumu ile bağlı bir kaç hamur işi unutulmuştur. Fırında pişmiş yağlı köke de bunlara aittir, bölgenin popüler bal kayğanağından farklı olan yemeklerinden biri de zirovdur (Vəliyev, 2010).

Ayrıca, özerk cumhuriyette turizmin gelişimi için "Plov", "Bal" , "Kete" festivallerinin organizasyonu olumlu bir sonuç vermiştir. "Plov" festivali, farklı türde pilav çeşitlerinin gösterimi ve hazırlanma kuralları açısından Özerk Cumhuriyetin kültürel hayatında önemli bir olaydır. Pilav Doğu halk yemeklerine ait olan gıdadır. Kaynaklara göre, Nahçıvan'da 200'den fazla plov türü var. Festivalde sunulan çeşitli pirinç çeşitleri profesyonel ve amatör aşçılar tarafından hazırlanmıştır (azertag.az/xeber).

Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti'ndeki "Kete" Festivali, mutfak kültürünün incelenmesi ve geliştirilmesi ile birlikte bu kültürün gelecek nesillere taşınmasına da hizmet etmektedir. Kete, Azerbaycan mutfağının eşsiz bir yemeğidir. Eski çağlardan günümüze kadar, Nahçıvan'da şomu ketesi, karışık yeşillik ketesi, kırıç ketesi, gicitken ketesi, balkabak ketesi, mercimek ketesi, ceviz ketesi, helvalı kete, tatlı kete, dövme kete, gibi çeşitler bunlar arasında sayılabilir (olke.az/news).

Çeşitli pişmiş ekmeklerin sergilenmesi ve satışı Nahçıvan'da düzenlenmiş ve pişirme işlemleri gösterilmiştir. En lezzetli ekmek yarışması "Nahçıvan Ekmeği" festivali çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Bu yarışmada farklı pişmiş ekmek çeşitleri sunulmuş, tat, kalite kriterleri açısından değerlendirilmiştir. Kazananlar sertifika ve ödüller ile ödüllendirilmektedir (azertag.az/xeber).

1995 yılından bu yana, özerk cumhuriyetteki üzüm çeşitleri kapsamlı araştırılmakta ve eski bağcılık gelenekleri restore edilmektedir. Milattan 3 bin yıl önce antik Nahçıvan topraklarında yaşayan Türk kabilelerin başlıca meşguliyetinden biri üzümçülük olmuştur. Bu nedenle, uzun yıllardır, pek çok üzüm çeşidi kuşaktan kuşağa geçmiştir. İslam dininin benimsenmesinden önce üzüm asmalarında hakim olan geleneksel çeşitler, bu alandaki sofraya şarap üretiminin yanı sıra, çoğunlukla şarap ürünleri gibi üzüm üretimine dikkat edilirdi. İslam dininin benimsenmesinden dolayı, şarap üretimi yasak olduğu için üzüm bağlarında daha fazla sofraya çeşidi

Haluk Tanrıverdi,
Mehriban İmanova,
Hüseyn Bağırsoylu
2 (Ek.1) 2018

üretilmiştir. O zamanlar, üzümler çeşitli alkolsüz ürünlerin yanı sıra kuru kayısı ve kabakların üretiminde, hatta Orta Doğu'ya bu tür ürünleri ihraç ederken kullanılıyordu. Rusya'nın Sen Petersburg Eyaleti Hermitage'da tasvir edilen ve Nahçıvan'da bulunan VII. Yüzyıldan kalma üzüm çekirdeği ile bezenmiş olan bronz atlı, bu bölgenin yerel nüfusunun eski çağlardan itibaren üzüm yetiştirdiğini açıkça göstermektedir (Pənahov vd., 2010). Sonraları ülkede üzüm istihali yeniden canlansa da, eski SSCB "Alkolizm ve Sarhoşluk Karşısı tedbirleri " 1985 yılında kabul edildi ve karardan sonra Azerbaycan'da üzüm bağları ve şarapçılık büyük darbe alımı, üzüm bağları büyük bir çabayla yıkılmaya başlanmıştır.

Nahçıvan'da bir mutfak kültürü meydana getirilmiştir. Burada masa kültürü her zaman en üst düzeyde korunmuştur ve kutsama sembolü olarak saygı görmüştür. Nahçıvan mutfağının zengin bir manzarası da Özerk Cumhuriyeti'ndeki yemek turizmi için iyi bir temel oluşturmaktadır. Bu nedenle, folklor yapısının en eski dallarından biri olan yemek kültürü sistematik olarak incelenip geliştirilip yaygınlaştırılmaktadır.

Geleneksel Azerbaycan yemekleri yüzyıllar öncesinden gelen bir tarihe sahiptir. Uzak geçmişten yakın zamana kadar bölgede kullanılan gıdalar unutulmamış, günümüzde de geçerliliğini korumaktadır. Azerbaycan yemekleri Azerbaycan kültürünün ve Türk kültürünün bir bütün olarak milleti tarafından küresel olarak temsil edilmektedir. Bu bağlamda, her bölgenin Azerbaycan'a özgü tipik besin türlerinin yanında kendi pişirme kuralları vardır (Memmedova, 2011; s. 359).

TARTIŞMA ve SONUÇ

Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti'nde her türlü gastronomi turizmini (daha çok kırsal) geliştirme şartları vardır. Bunun için Nahçıvan'da geleneksel restoranlara sahip enerjik bir gastronomik topluluk ve şefin olması, mutfaklarda yerel malzemelerin doğru kullanımı, geleneksel gıda pazarları ve gıda sanayisinin daha da geliştirilmesi, gastronomik festivaller, ödüller, yarışmaların artırılması, eğitim kurumlarına gastronominin teşvik edilmesi önem taşımaktadır. Gastronomi turizmini geliştirmek ve yeni turistleri cezbetmek amacıyla Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti'nde rekabet gücünü artırma stratejisi açısından gastronomik markalar önemli bir fırsat olarak görülmektedir.

Nahçıvan mutfak kültürünün sonucu olan gastronomik yapısı, ülkede hızla büyümekte olan kültür turizmi pazarının önemli bir alanı olup ayrıca ekonomik kalkınmada da güçlü unsurlarından biri olduğu görülmektedir.

Son yıllarda ülkede seyahat edilen destinasyona ait mutfak kültüründe seyahat deneyiminin önemli rol oynamaya başladığı görülmektedir.

Nahçıvanın mutfak kültürü; ülkeye bağlı, bölge ve yerlerin tanıtımında önemli rol oynayan bir turistik ürün çeşidi olarak turizmin gelişiminde önemli rolü bulunmaktadır. Nahçıvan'ın gastronomi turizmi gibi alternatif turizm çeşidinin gereği gibi hayata geçirilmesi, sosyo-kültürel mirasa sahip çıkmayı gerektirmesi, hatta bunu özendirilmesi tarihi ve kültürel mirasın korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması açısından da önemli görülmektedir.

Nahçıvan mutfağının bölgesel, hatta yöresel mutfaklar özelliğiyle, gastronomi turizmi açısından büyük ölçekli faaliyette olmadığı ve niş pazar niteliğinde bulunduğu görülmektedir. Bu özelliğiyle turistlerin ülkeyi veya bölgeyi ziyaret etmelerinde önemli faktörlerden biri olarak ülkenin veya bölgenin mutfak kültürünü tanıma isteğine yol açabilecek zenginlikte olduğu görülmektedir. Bu sebeple gastronomi turizmi sayesinde, bir bölgenin yerel mutfak kültürünü farklı insanlara tanıtmak ve farklı bölgelerden insanlarla etkileşim halinde olmak mümkün olabilecektir.

Haluk Tanrıverdi,
Mehriban İmanova,
Hüseyn Bağırsoylu
2 (Ek.1) 2018

• 279

Göstergeler Nahçıvan turizm hareketlerinin son yıllarda büyük artışa yol açtığını, ülkeye gelen turist sayısının büyük artışlar gösterdiğini ve turizm gelirlerinin oluşmasında gastronomi turizminin de önemli rolü olabileceğini göstermektedir. Aynı zamanda Nahçıvan'ın gastronomi açısından önemli zenginliklere sahip olduğu görülmektedir. Bu zenginliğin de Nahçıvan'ın turistik destinasyonlara evsahipliği yapması ve turizmin gelişimince önemli bir rolü olduğu görülmektedir.

Bu sonuçlar ışığında önerilerimizi sıralayacak olursak; Binlerce yıllık geçmişe sahip olan Nahçıvan Mutfağının turizme kazandırılması önemlidir. Bu nedenle ülkede gastronomi turizmine daha çok önem verilmesi gerekmektedir. Azerbaycan-Nahçıvan Mutfağının tanıtımına ilişkin faaliyetler söz konusu olsa da yeterli değildir. Bu amaçla Nahçıvan Mutfağının özelliklerinin iyi tanıtılması, faydaları, nitelikleri, diğer mutfaklardan üstünlükleri ortaya konulmalıdır. Acentelere yönelik Nahçıvan mutfağını tanıtıcı eğitim faaliyetleri düzenlenmelidir. Bilgiyi aktaracak kişilerin doğru bilgi sahibi olması tanıtım açısından önem arz etmektedir. Ayrıca tanıtım faaliyetleri olarak televizyonlarda bilgilendirici yayınlar olmalı, internet siteleri düzenlenmeli, yayınlanan dergilerde tanıtıcı reklamlara ve yazılara yer verilmelidir. Ülkelerin turizmi açısından kullanılabilir bir çekicilik olarak değerlendirilecek gastronomi, bir bakıma Nahçıvan'ın mutfak kültürünün de yaşatılmasına katkı sağlayabilecektir.

Yerel özellikleri dikkate alarak farklılığa dikkat etmek, satış düzeyini artırmak, yenilikçi, yeni ürün ve markaların daha benzersiz bir şekilde teşkil edilmesi bu meselenin çözümüne yardımcı olabilir. Turistler açısından yerel ürünlerin varlığı güvenilir özelliğiyle cezp edici özellikler taşımaktadır. Yiyeceklerin ve ilgili faaliyetlerin mevcudiyeti, turistlerin bölgede daha uzun süre kalmalarını teşvik edebilir. Bu açıdan bölgenin turizm sanayisinin araştırılması için gıda sanayisinin doğru uygulaması önemli sayılmaktadır. Gıda sanayisinin gelişimi tarımsal üretimin gelişimine bağlıdır. Bu iki alanın da gelişimi dengeli olmalıdır. Kuşatılmış bir konumda bulunmasına rağmen, Nahçıvan'da endüstrinin hızla gelişmesi sayesinde bölgenin temel gıda ihtiyaçlarını kendisi karşılamaktadır. Fakat turizmin gelişmesi için, gıda endüstrisinin daha da genişlemesi, ürün çeşitleri ve onların rekabet gücünün artırılması başlıca görev olmalıdır.

• 280

Kadim Nahçıvan bölgesinin toprak iklim koşulları, burada tat ve beslenme ile seçilen çeşitli sebze, meyve ve çilek yetiştiriciliğine izin vermektedir. Şahtahtı kavunu, Nehrem karpuzu, Ordubad limonu, Kükü elması, Culfa üzümü gibi bölgesine meşhur olan meyvelerin dünya pazarlarına ve sergilerine çıkarılmasının arttırılmasına önem verilmelidir.

Günümüzde bu ürünler yüksek derecede önemli ürünlerdir, bu nedenle onları hedef kitleye ilginç, kullanışlı, güvenli, kaliteli bir gastronomik turist ürünüyle entegre etmek çok önemlidir. Bu süreçte önemli bir rol; turist pazarının önemli bir unsurunu oluşturan bölgesel tur operatörlerine verilmektedir. Bu yönde yapılacak etkin çalışmalar sayesinde;, turistik ürünün kalitesi artacak ve hedef kitleyle güvenilir, tutarlı ve anlaşılabilir bir iletişimin ortamının kurulmuş olacaktır. Bu sayede gastronomik turlarla işletmelerin ve gastronomik faaliyetlerin cazibesi artmış olacaktır. Bu durum aynı zamanda turistik bir bölge olarak da bölgeyi olumlu etkileyecektir. Ülkelerin turizmi açısından kullanılabilir bir çekicilik olarak değerlendirilecek gastronomi, bir bakıma ülkenin mutfak kültürünün de yaşatılmasına bu şekilde katkı sağlayabilecektir.

Turizmin ve gastronomi turizminin gelişiminde son dönemlerde büyük artışlar kaydedilse de turizmin gelecek dönemdeki gelişimi için burada bulunan restoranların sayısının arttırılması ve dünya standartlarına uygunluğunun hedeflenmesi gerekmektedir. Turizmin gelişiminde görülen eksikliklerin giderilmesi ile birlikte, yeni turizm hizmetlerinin oluşturulması ve geliştirilmesi, gastronomik kuruluşlarda çalışmak için sertifikalar programının geliştirilmesi, girişimcilere öğretilerin geçirilmeli, onların

uyarılması için belirli tekliflerin hazırlanması, hedef ülkelerde gastronomik turizm güzergâhları teşvikinin uygulanması, geleneksel mutfağının geliştirilmesi, Nahçıvan'ın gastronomi faaliyetinin yükselişini teşvik edecektir.

Azerbaycan'ın farklı ve zengin mutfakları arasında yer alan Nahçıvan mutfağının oluşturulacak çekici bir imajla, oluşturulacak destinasyonlara büyük katkılar sağlayacağı değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

- Aydoğdu A., Özkaya Okay, E., Köse, Z, C., (2016). Destinasyon Tercihinde Gastronomi Turizmi'nin Önemi: Bozcaada Örneği, Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi, Kasım-2016 Cilt:1 No:2
- Bucak, T., Aracı, Ü.E., (2013). Türkiye'de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 16, Sayı: 30, December 2013.
- Bucak, T., Ateş. U., (2014). Gastronomi Turizminin II Turizmine Etkisi: Çanakkale Örneği, The Journal of Academic Social Science Studies, International Journal of Social Science Number: 28, p. 315-328, Autumn II 2014
- Əhmədov N.H. (2013) Naxçıvan İqtisadiyyatı İnkişaf Yollarında, 2013, 254 s.
- Əjdərov T. (2000). Bazar İqtisadiyyatı Şəraitində Azərbaycan Sənayesinin İnkişaf İstiqamətləri. Bakı: BDU, 2000, 258 s..
- Gülen. M., (2017). Gastronomi Turizm Potansiyeli Ve Geliştirilmesi Kapsamında Afyonkarahisar İlinin Değerlendirilmesi, Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi Cilt: 1, Sayı: 1, Bahar: 31-42, 2017
- Gürsoy. Y., (2017). Giresun Merkez Yöresinde Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi Cilt: 10 Sayı: 51, Ağustos 2017
- Güzel Şahin G., Ünver G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak "Gastronomi Turizmi": İstanbul'un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma, Journal of Tourism and Gastronomy Studies 3/2 (2015) 63-73
- Kitabi-Dədə Qorqud. Bakı, 1962, 376 s.
- Məmmədova, S., (2011). Naxçıvan Bölgəsinin Ənənəvi Yeməkləri, Motif Akademi Halkbilimi Dergisi / 2011-2 (Temmuz-Aralık) (Azerbaycan Özel Sayısı-II), s.354-360
- Naxçıvan mətbəxi = Nakhchivan Cuisine / Naxçıvan Muxtar Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi.- Naxçıvan: Əcəmi NPB, 2012.- 353 s.- Azərbaycan və ingilis dillərində

Haluk Tanrıverdi,
Mehriban İmanova,
Hüseyn Bağırsoy
2 (Ek.1) 2018

Nuriyev Ə.X. (2004). Regional Siyasət Və İdarəetmə. Bakı: Elm, 2004, 348 s.
Qasimov, Ə. (2010). Aqrar-Sənaye Müəssisələrinin İqtisadiyyatı Və İdarə Edilməsi, 2010, 354 s.

Pənahov T.M., Səlimov V.S., Zari Ə.M. (2010). Azərbaycanca Üzümçülük, 2010, 225 s

Sarıışık, M., Özbay, G., (2015). Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 26, Sayı 2, Güz: 264 - 278, 2015.

Steinmetz, R., (2010). Food Tourism And Destination Differentiation: The Case of Rotorua New Zealand, Auckland University of Technology, School of Hospitality and Tourism, Yüksek Lisans Tezi, Primary Supervisor: Simon Milne

Şərq qapısı qəzeti. M.T.İmanova. Naxçıvan Sənayesi İnkişaf Yolundadır. 26 dekabr, 2017-ci il)

Vəliyev F. İ. (2010). XIX-XX Əsrin Əvvəllərində Azərbaycanın Maddi Mədəniyyəti (Tarixi-Etnoqrafik Tədqiqat). Bakı, "Şərq-Qərb" 2010, 424 səh.

http://www.tarimziraat.com/etkinlikler/tarim_festivalleri/.

https://az.wikipedia.org/wiki/Naxçıvan_göycesi.

<http://www.serqqapisi.az/index.php/iqtisadiyyat/12032-doevlaet-programlar-chaerchivaesindae-haeyata-kechirilaen-taedbirlaer-aeldae-olunan-nailiyyaetlaeri-shaertlaendiraen-aesas-amillaerdaen-biridir>

<http://statistika.nmr.az/> (Naxçıvan Muxtar Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi internet səhifəsi)

<https://www.stat.gov.az/> Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi internet səhifəsi.

http://nakhchivan.preslib.az/az_e4.html Naxçıvan Muxtar Respublikası

<http://turizm.nakhchivan.az> Naxçıvan turizm informasiya mərkəzi

<http://axar.az/news/toplum/112636.html>

https://azertag.az/xeber/Naxchivanda_Plov_ve_Yalli_festivallari_kechirilib-997598

<http://olke.az/news/detail/naxcivanda-kete-festivali-kecirilecek-86551>

https://azertag.az/xeber/Muxtar_respublikada_Naxchivan_chorekleri_festivali_kechirilecek-987403

<http://turizm.nakhchivan.az>.