



Kesit Akademi Dergisi

The Journal of Kesit Academy

ISSN: 2149 - 9225

Yıl: 3, Sayı: 10, Aralık 2017, s. 446-462

Öğr. Gör. Dr. Serkan AYLAN

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, SBMYO, Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü
serkanaylan@kmu.edu.tr

Öğr. Gör. Meral İŞ

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, SBMYO, Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü
meralbozdogan@kmu.edu.tr

Öğr. Gör. Pınar YEŞİLÇİMEN

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, SBMYO, Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü
pınaraydag@kmu.edu.tr

TURİZM AÇISINDAN YÖRESEL YEMEKLERİN PAZARLAMA ARACI OLARAK KULLANILMASI: KARAMAN İLİ ÖRNEĞİ

Özet

Dünyanın en zengin mutfaklarından biri olan Türk mutfağını meydana getiren yöresel yemekler, yiyecek içecek işletmelerinin faaliyetlerini devam ettirmesinde ve pazarlamasında önem arz etmektedir. Bu çalışmanın amacı; bereketli toprakları ve zengin mutfak kültürü ile dikkat çeken Karaman ilinin sahip olduğu yöresel mutfağının işletmeler tarafından pazarlama aracı olarak kullanılıp kullanılmadığını tespit etmektir. Çalışma; işletmelerin yöresel yemek kültürüne bakış açısını belirlemek, Karaman'ın sahip olduğu zengin yemek kültürünün bilincinde olup olmadıklarını tespit etmek, yöresel yemeklerin önemine dikkat çekmek ve yöresel yemeklerin bu işletmelerin pazarlama stratejileri arasında yer alıp almadığını saptamak açısından önem arz etmektedir. Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan anket formu Karaman il merkezinde bulunan yiyecek-içecek işletmelerine uygulanmış, araştırmada elde edilen veriler doğrultusunda yiyecek-

içecek işletmelerinin büyük bir kısmının yöresel yemekleri menülerinde bulundurmadıkları, yöresel yemeklerin servisini yapanların ise söz konusu yemekleri etkin bir pazarlama aracı olarak kullanmadıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Yöresel Yemekler, Karaman Mutfağı, Pazarlama.

USING OF LOCAL MEALS FOR MARKETING TOOL WITH REGARDS TO TOURISM : EXAMPLE OF KARAMAN PROVINCE

Abstract

Local meals which produce Turkish Cuisine - one of the richest cuisines of world - are important for food and beverage businesses to sustain their activities and to be marketed. The purpose of this study is to determine whether the local cuisine of Karaman province which is attracting attention with fertile lands and rich culinary culture, is used as a marketing tool by businesses. Study is important for businesses to determine the point of view of local food culture and whether they are aware of the rich food culture of Karaman and to draw attention to the importance of local food and to determine whether local foods are among the marketing strategies of these enterprises. The survey in accordance with the aim of study was practiced to businesses in city center. In the direction of data obtained in study, it is resulted that most of businesses don't provide local meals in their menus and businesses, who service local meals, don't use these meals as marketing tool.

Keywords: Tourism, Local Meals, Karaman Cuisine, Marketing.

GİRİŞ

İnsanoğlunun milyonlarca yıllık yaşam serüveninde en temel gereksinimi olan yemek (Öztürk, 2006:3), Türk gelenek görenek, örf ve adetleri içerisinde de oldukça önemli bir öğedir. Yemek yeme toplumsal yapıyı ve sosyal kaynaşmayı oluşturan bir kültür elemanı olmuştur (Avcıkurt, Sarıoğlan, Girgin, 2007: 4-5).

Turizm, yerel kimliğin öne çıkarılmasını mümkün kılan, aynı zamanda kültürel çeşitlilik ve özgünlüğün korunması için kullanılan en önemli araçtır (Uslu ve Kiper, 2006: 307). Bu bağlamda son yıllarda yöresel yemek kültürü bir turizm bölgesinin sahip olduğu en değerli çekiciliklerden biri olarak nitelendirilmeye başlanmıştır (Özdemir, 2008: 37). Yöresel yemek kültürünü oluşturan elemanlardan biri olan yerel mutfak; yerel bir bölgede üretilen yöreye özgü yiyecek ve içecekler olarak tanımlanırken,

yöresel yiyecek; yöresel bölgede üretilen, yetiştirilen veya yöresel bir kimliğe sahip yiyecek veya içecek olarak tanımlanmaktadır (Çulha ve Kalkan, 2015: 422, Bezirgan ve Koç, 2014: 918).

Turistlerin tatilleri boyunca sadece konaklamada konfor talep ettikleri düşünülse de turistler tatilleri esnasında yöreye özgü kültürel değerler, yerel halkın günlük yaşam biçimi, yöresel yemek kültürü, yöresel kıyafetler, gelenekler, el sanatları gibi konularda da bilgi edinmek istemektedir (Hatipoğlu vd., 2013: 7). Türkiye’de yöresel yemek kültürü bölgelere özgü oldukça farklı ve zengin seçenek sunabilme potansiyeline sahiptir. Bu nedenle kültürel turizm kapsamında yerli turistlerin yanı sıra yabancı turistler için de bu otantik lezzetler önemli bir çekim noktası oluşturmaktadır (Güneş vd., 2008: 1-12). Turistler, gittikleri bölgelerde genel olarak o yöreye ait yemekleri tatmak istemektedirler. Çünkü bir bölgenin yemekleri başka bir kültürün içine girebilmek ve o kültürü tanımak için en önemli araçlar arasında sayılmaktadır (Ardıç Yetiş, 2015: 13).

Türkiye’nin kültürel zenginlikleri ve biyolojik çeşitliliği incelendiğinde, birbirinden farklı ve değerli yüzlerce hatta binlerce ürüne sahip olduğunu görmek mümkündür (Yalçın, 2009: 46). Köklü ve zengin bir mutfağa sahip olduğundan turistik bölge olarak tercih edilebilecek önemli ülkeler arasında yer almaktadır (Hacıoğlu vd. 2009: 5). Türk toplumu yemek kültürü bakımından diğer kültürlerden oldukça farklıdır. Türk topraklarında yaşanan coğrafi ve etnik çeşitlilik, yemek kültürü ve damak tadında birbirinden farklı binlerce değişik tadı da beraberinde getirmiştir.

Bugüne kadar yapılan birçok araştırmada Türk mutfak kültürünün birbirinden zengin örnekleri ve 2500 çeşidi aşkın yemek türüyle dünyanın en zengin, en önemli üç mutfağından birisi olarak gösterildiği gözlemlenmiştir (Özdemir ve Kınay, 2004: 3-4; Güneş vd. , 2008: 5). Çeşitliliği ve her damak tadına uygunluğu ile dikkat çeken Türk mutfak kültürünün genel özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Önçel,2015: 35-36, Kesici, 2012: 34):

- Türk mutfağı tarım ve hayvansal ürünlere dayanır.
- Türk mutfağında ana yiyecek maddesi ekmektir.
- Türk mutfağında, yemeklerde alışkanlıklar önemli rol oynar.
- Türk mutfağında hamur işleri yemek çeşitleri arasında en önde gelenlerdendir.
- Türk mutfağında sebzelerin etli, soğanlı, domatesli ve salçalı pişirilmesi yaygındır.
- Türk mutfağında özellikle kırsal bölgelerde kendi kendine yetişen otlar, mantar ve köklerden fazlaca yararlanır.

- Türk mutfağında yağ çok önemlidir. Sütten elde edilen yağlarla, iç ya da kuyruk yağı ülkemizin her bölgesinde yaygın bir biçimde kullanılır.
- Türk mutfağında yoğurt önemli bir gıda kaynağıdır. Yemeklerin üzerine sade ya da sarımsaklı yoğurt dökmek ve serinlemek için ayran tüketimi de oldukça yaygındır.
- Türk mutfağında sos servisi yoktur. Son yıllarda batı mutfaklarının etkisi ile yemeklerin yanında sos servisi yapmak yaygınlaşmaya başlamış olsa da hala eski gelenekler uygulanmaya devam etmektedir.
- Salata, çorba ve yemeklerde, maydanoz ve dereotu ile yağ ve kuru nane kullanımını yaygındır.
- Türk mutfağında yemeklerde süslemeye fazla önem verilmez. Yemeklerin görünüşünden çok lezzetli olmasına özen gösterilir.
- Türk mutfağı coğrafi bölgelere göre değişiklik göstermektedir.
- Gelenek ve görenekler ile dini inanç yemek çeşitlerini etkilemiştir.

1. Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Yöresel Yemeklerin Pazarlama Aracı Olarak Kullanılması

Günümüzde turizm sektöründeki büyümeyle birlikte turistik ürünler ve turizm bölgeleri de çeşitlenmiştir. Turizm açısından bakıldığında bir bölgenin turizm bölgesi olarak seçilmesinde sadece konaklama etkili olmayıp, bölgeye özgü yöresel ürünlerin etkisinin de oldukça büyük olduğu bir gerçektir (Bezirgan ve Koç, 2014: 918). Başka bir bölgeyi ziyaret eden insanların beklentileri arasında, yeni yerler görmenin ve yeni kültürleri tanımanın yanı sıra, yeni tatlarla tanışma ve farklı tecrübeler yaşama arzusu da yatmaktadır (Saatçi ve GÜDÜ Demirebulat, 2016: 2001). Giderek birbirine benzeyen kültürlerle karşı yerel bir kültür ve bu kültüre özgü yemekler oluşturmak turizm bölgelerinin pazarlanmasında farklılıklar yaratabilmek için gereklidir. Mutfak turizminin sezonluk özellik taşıması ve her mevsimde yapılabilir nitelikte olması turizm bölgeleri açısından değerlendirilmesi zaruri bir avantajdır (Zağralı ve Akbaba, 2015: 6633).

Yerel yiyecek ve içeceklerin turistik bölge pazarlamasında önemi giderek artmakta ancak bir çok turizm bölgesi yerel yiyecek ve içeceklerin yarattığı potansiyelden yeterince faydalanamamakta ve pazarlama çalışmalarına yerel yiyecekleri ekleyememektedirler (Bezirgan ve Koç, 2014: 918). Oysa bir turizm bölgesinin sahip olduğu yöresel tatlar bölgenin çekicilik unsurlarına katkı sağlamakta, turistlerin tatminini artırarak tekrar aynı turistik bölgeyi tercih etmelerinde önemli bir rol oynamaktadır (Güneş vd., 2008: 10). Türk toplum yapısının yansımaları olan yöresel yemek kültürünün Dünya mutfakları arasında hak ettiği yeri alabilmesi için geçmişten günümüze yerel özelliklerle

rin tanıtımının yapılması yiyecek-içecek sektöründe önemli değişikliklerin yaşanmasını sağlayacaktır (Köroğlu vd, 2007:31).

Türk mutfağı uzun tarihsel bir gelişim süreci sonucunda ortaya çıkmış, dünyanın en zengin mutfakları arasındadır. Bu açıdan turistik potansiyeli arttırmada kullanılacak en iyi materyal olarak göze çarpmaktadır. Turizm işletmeleri açısından bu zengin mutfak kültürünün pazarlanması işletmelerin kârlılığı ve devamlılığı için hayati öneme sahiptir. Yiyecek-içecek hizmeti veren işletmelerin menülerinde yer alan yiyecekleri tek tek analiz etmeleri ve faaliyette buldukları yörenin damak zevkine göre menülerini tekrar düzenlemeleri önemlidir.

2. Karaman'ın Yöresel Mutfak Kültürü

Karaman'ın doğusunda ve kuzeyinde yer alan ovaların verimliliği, tarihin ilk çağlarından itibaren kullanılan, Anadolu'yu güneye bağlayan ticari yollardan en önemlilerinden birinin Karaman sınırları içerisinde geçiyor olması sonucu, Karaman ve çevresindeki yaşam izleri çok eski tarihlere kadar gitmektedir (Karaman OMG, 2013). Birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan bu nadide şehir, tarihi ve kültürel bir çok başyapıtı, Türk toplumu için önemli bir çok şahsiyeti koynunda barındırmıştır. Bu tarihi ve kültürel zenginlikten etkilenmiş yöresel yemekler de, coğrafi etkiler ve beslenme anlayışı çerçevesinde şekillenmiştir.

Karaman Mutfağı tarımsal ürün ağırlıklıdır ve tarımla uğraşan toplumların yemeklerinin özelliklerini yansıtır. İlde bulgur pilavı başyemek olarak hemen her gün tüketilmekte, çorbadan tatlıya pek çok yiyeceğe katılmaktadır. Karaman, yenilen yemek çeşitleri, bu yemeklerin hazırlanış biçimleri, kültürler arası etkileşim sonucu gelişen zengin mutfağı ile eşsiz yemek kültürüne sahiptir (Karaman İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2017). Karaman'da yiyeceğin bol olduğuna dair şu tekerlemeler söylenir (karamanmutfagi.blogspot.com.tr): 1- Karaman okkası, Çelebi lokması. 2. Karnım aç, Karaman'a kaç.

Tarihi M.Ö. 8000 lere dayanan Karaman'ın mutfağı tarih boyunca kuşaktan kuşağa çoğalarak aktarılmış ve Türk Mutfak Kültürü içerisinde yerini almıştır. Karaman'ın tarihi ile özdeşleşmiş yöresel yemeklerden en meşhur olanları Arabaşı çorbası, Calla, bulgurun ana malzeme olduğu Batırık, Meyve ile etin birlikte pişirildiği ayva dolmasıdır (Karaman İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2017). Karaman uzun yıllar Konya'nın ilçesi olması sebebi ile yöresel yemekleri zengin Konya mutfağı ile de benzerlik göstermektedir. Karaman'ın yöresel yemekleri gruplar halinde şöyle sıralanabilir (Karaman Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü, 2010):

1-Çorbalar : - Arabaşı çorbası - Sulu Pilav - Aşlık çorbası - Toyga çorbası - Mercimekli Erişte çorbası (Sakala Sünen) - İşkembe çorbası - Paça - Tarhana çorbası

2-Dolmalar: - Köy dolması (İlisıra dolması) - İncir dolması - Cibe dolması - Yaprak dolması - Lahana dolması - Kabak dolması - Domates dolması - Patlıcan dolması - Eğey dolması –Ayva dolması

3-Etli Yemekler ve Köfteler: - Keşkek - Çömlek kebabı (Tandır kebabı) - Calla (güveç) - Fırın kebabı - Orman kebabı - Mantarlı kebab - Yumurta sıdirtması - Ciğer kavurma - Salçalı köfte - Mercimekli köfte - Patatesli köfte - Etliekmek - Batırık – Kısır

4-Börekler: - Bidik - Çörek - Gabertme - Su böreği - Saç böreği

5-Sulu Yemekler: - Bulamaç - Cilbir - Topalak - Tirit - Tatlı nani - Sütlu kabak - Mıkla - Sulaç - Heyre - Et kabağı yemeği - Naneli bulgur

6-Pilavlar: - Bulgur pilavı - Sütlu pilav - Erişte pilavı - Çiftlik pilavı

7-Tatlılar: - Gaygana - Guymak - Sütlu köfte - Palize - Köpük helva - İrmik helvası - Zerde - Höşmerim - Hoşaf - Künçlü helva - Üzüm helvası - Nişasta helvası - Sütlaç - Köfter - Bandırma - Aşure - Ergörmez tatlısı - Kadayıf tatlısı - Baklava

Uçsuz bucaksız ovada yetişen buğday, baklagil, meralarda, yamaçlarda otlayan koyunların keçilerin sütleriyle yapılan yoğurt, peynir, tereyağı, gün kurusu sebzeler, ekşi kara üzümünden elmaya çeşit çeşit meyve, et, bir de toprak altında yetişen bir mantar olan domalan, Karaman Mutfağı'nın öne çıkan yöresel tatları arasında yer almaktadır. Mayıs ayında yetişen domalan, tereyağlı kavurması, ızgarası yapılan yöreye özgü bir mantar türüdür (sofra.com.tr). Karaman'da Taşkale'nin, gökyüzüne doğru uzanan taştan tohum ambarları; Divle'de yerinaltına doğru gidildiğinde ulaşılabilecek, göz alıcı obruklarda saklanmış, olgunlaşmaya bırakılmış Divle Obruk peyniri; Yeşildere'de, toprağın hemen altında saklı domalan mantarları bu lezzetlerin bin yıllık hikâyelerini daha da eşsiz hale getirmektedir (Karaman Tanıtım Platformu, 2017).

3.YÖNTEM

Araştırmada oldukça farklı ve kültürel zenginliğe sahip olan Karaman ilinde turizm aktivitelerinin artırılarak Karaman'ın bir cazibe merkezi olmasına katkı sağlayacak yöresel yemek kültürüne dikkat çekilmiştir. Araştırmanın amacı, Karaman il merkezinde faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmelerinin yöneticilerinin yöresel yemeklere bakış açısını ortaya çıkarmak, işletmelerde yöresel yemeklerin yerini belirlemek, işletmelerin faaliyetlerinde yöresel yemekleri ne ölçüde kullandıklarını, kızışan rekabetle birlikte daha fazla müşteriye işletmeye çekebilmeleri için yöresel yemekleri pazarlama amacıyla kullanıp kullanmadıklarını belirlemektir.

Araştırmanın evrenini Karaman merkezde bulunan 32 yiyecek-içecek işletmesi oluşturmaktadır. Araştırmada Karaman yöresinin seçilmesindeki temel amaç Karaman'ın Anadolu'ya özgü yemek kültürünü yansıtması ve çok zengin yemek kültürüne sahip olmasıdır. Araştırma zaman kısıtlaması nedeniyle sadece Karaman merkezde bulunan yiyecek-içecek işletmelerine yönelik yapılmıştır. Ancak dönerci, çiğ köftesi gibi işletmeler araştırma evrenine uygun olmadığı için araştırmanın kapsamı dışında tutulmuştur. Araştırma kapsamında Karaman yöresinde bulunan yiyecek-içecek işletmelerinin yöresel yemeklere ne ölçüde yer verdiklerini belirlemeye yönelik olarak anket formu hazırlanmıştır. İlgili alanyazında daha önce yapılmış çalışmalarda (Hacıoğlu, Girgin ve Giritlioğlu, 2009; Memiş Kocaman, 2013; Büyükşalvarcı, Şapcılar ve Yılmaz, 2016) kullanılan anketlerden ve ölçeklerden faydalanılarak oluşturulan anket formu iki bölümden meydana gelmektedir. Anketin ilk bölümünde yiyecek-içecek işletme yöneticilerinin sosyo-demografik özelliklerini ve işletmelerin özelliklerini belirlemek amacıyla kapalı uçlu sorular sorulmuştur. İkinci bölümünde ise yiyecek-içecek işletme yöneticilerinin Karaman'ın yöresel yemeklerinin kullanımına ilişkin görüşlerini belirlemek amacıyla oluşturulan 20 maddelik bir ölçek yer almaktadır. Ölçekten elde edilen verilerin güvenilirliğine yönelik olarak hesaplanan Chronbah's alfa katsayısı $\alpha=0.937$ bulunmuştur. Veri elde etmede kullanılan bu anket formu yiyecek-içecek işletmelerinin yöneticilerine uygulanmıştır.

4.BULGULAR

4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Karaman ilinde faaliyette bulunan yiyecek-içecek işletmelerinin yöresel yemekleri kullanım oranını belirlemeye yönelik uygulanan anket kapsamında yiyecek-içecek işletmelerinin yöneticilerine ait demografik bulgular Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

		n	%
CİNSİYET	Kadın	5	15,6
	Erkek	27	84,4
	Toplam	32	100,0
YAŞ	19-25	7	21,9
	26-35	14	43,8
	36-50	5	15,6
	51 ve üstü	6	18,8
	Toplam	32	100,0
DOĞUM YERİ	Karaman	18	56,3
	Diğer	14	43,8
	Toplam	32	100
ÖĞRENİM DURUMU	İlköğretim	7	21,9
	Lise	7	21,9
	Üniversite	18	56,3
	Toplam	32	100,0
İŞLETMEDEKİ STATÜ	İşletme sahibi	15	46,9
	Yönetici	13	40,6
	Çalışan	4	12,5
	Toplam	32	100,0
İŞLETMEDE ÇALIŞMA SÜRESİ	1 yıldan az	10	31,3
	1-5 yıl	12	37,5
	6-9 yıl	4	12,5
	10 yıl ve üstü	6	18,8
	Toplam	32	100,0

Araştırma sonuçlarına göre ankete katılanların % 84,4'ü erkektir. Yaş gruplarına bakıldığında yaklaşık % 43,8'ini 26-35 yaş aralığındaki katılımcılar oluşturmaktadır.

Ankete katılanların yaklaşık % 56,3'ü Karamanlıdır. Bu sonuç işletme yöneticilerin yöresel yemekler hakkında az çok bilgi sahibi olduğunu göstermektedir. Ankete cevap veren kişilerin % 56,3'ü üniversite düzeyinde okullardan mezun olmuşlardır ki bu oranın yüksek olması anketi anlama ve cevaplama açısından önem taşımaktadır. Ankete cevap veren katılımcıların % 46,9'unun işletme sahibi olduğu görülmektedir. Araştırmaya dahil olan cevaplayıcıların % 37,5'i 1-5 yıl arasında tecrübeye sahip, deneyimli çalışanlar oluşturduğunu göstermektedir ki bu oran araştırma açısından önemlidir.

4.2.Yiyecek İçecek İşletmelerinin Özelliklerine İlişkin Bulgular

Tablo 2'de görüldüğü gibi yiyecek-içecek işletmelerinin özelliklerine ilişkin bulgular incelendiğinde anketi cevaplayan işletmelerin faaliyet sürelerinin en fazla 1-5 yıl arasında değişmekte olduğu gözlenmiştir. Çıkan ortalama ile işletmelerin deneyimli işletmeler oldukları söylenebilir. Araştırmaya dahil olan işletmelerin % 18'inin faaliyet süresi 1 yıldan az, %6 'sının faaliyet süresi 6-9 yıl arasında değişmektedir. Yine %25'inin de 10 yıl ve üzerinde faaliyet gösterdiği görülmektedir.

Tablo 2: Yiyecek İçecek İşletmelerinin Özelliklerine İlişkin Bulgular

		N	%
İŞLETMENİN FAALİYET SÜRESİ	1 yıldan az	6	18,8
	1-5 yıl	16	50,0
	6-9 yıl	2	6,3
	10 yıl ve üstü	8	25,0
	Toplam	32	100,0
İŞLETME TÜRÜ	Zincir İşletmeye Bağlı	6	18,8
	Bağımsız	25	78,1
	Diğer	1	3,1
	Toplam	32	100,0
İŞLETMENİN SERVİS ŞEKLİ	Menü (Ala Carte)	28	87,5
	Açık Büfe	2	6,25
	Seç al(self servis)	2	6,25

	Toplam	32	100
YÖRESEL YEMEK SUNMA	Evet	10	31,2
	Hayır	22	68,8
	Toplam	32	100,0
İŞLETMEDE SUNULAN YÖRESEL YEMEKLER	Calla	7	25,9
	Fırın Kebabı	5	18,5
	Çullama	2	7,4
	Arabaşı Çorbası	6	22,2
	Batırık	1	3,70
	Tögmeken	2	7,4
	Toyga Çorbası	3	11,2
	İlisıra	1	3,7
	Toplam	27	100

Tablo 2 incelendiğinde işletmelerin büyük bir çoğunluğu (% 78,1) bağımsız işletmelerden, %18,8'i ise bir zincir adı altında faaliyet sürdürmektedir. İşletmelerin sahip olduğu servis şekline bakıldığında % 87,5'i Ala Carte (Karta göre, menü) şekilde hizmet vermekte olduğu görülmektedir. İşletmelerin % 68,8'inde yöresel yemek sunumuna yer verilmemekte, %31,2'si ise işletmelerinde yöresel yemeklerin servisinin yapılmakta olduğu görülmektedir. Yöresel yemek servisi yapan işletmelerde en çok Calla (% 28,9), Arabaşı (% 22,2) ve Fırın Kebabı'nın (% 18,5) servis edildiği görülmektedir. Servisi yapılan yöresel yemek sayısı toplamının, yöresel yemek servisi yapan işletme sayısından fazla (27 > 22) olmasının sebebi bazı işletmelerde birden fazla yöresel yemeğin servis ediliyor olmasıdır.

Tablo 3: Katılımcıların Yöresel Yemeklerin Kullanımına İlişkin Bakış Açıları

İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılmıyorum Ne katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	*	s.s
----------	-------------------------	--------------	--------------------------------	-------------	------------------------	---	-----

1. Karaman'a ait tanınan yemeklerin lezzetini merak eden yerli ve yabancı ziyaretçiler olmaktadır.	f	3	6	1	-	-	1,8000	,63246
	%	30,0	60,0	10,0	-	-		
2. Karaman'ın sahip olduğu mutfak kültürü, bölge için turistik çekicilik unsuru oluşturmaktadır.	f	-	4	2	2	2	3,2000	1,22927
	%	-	40,0	20,0	20,0	20,0		
3. Karaman'ın sahip olduğu mutfak kültürü, bölge adına önemli tanıtım araçlarından biri niteliğindedir.	f	1	4	3	1	1	2,7000	1,15950
	%	10,0	40,0	30,0	10,0	10,0		
4. Karaman'ın sahip olduğu mutfak kültürü ve hizmet şekli, bölge adına önemli gelir kaynaklarından birisidir.	f	-	6	2	-	2	2,8000	1,22927
	%	-	60,0	20,0	-	20,0		
5. Karaman'ın sahip olduğu mutfak kültürü, bölgeye gelen turistleri yoğun olarak alışverişe sevk etmektedir.	f	1	4	3	1	1	2,7000	1,15950
	%	10,0	40,0	30,0	10,0	10,0		
6. Karaman'ın sahip olduğu yerel mutfak ülke çapında bilinen tatlarla sahip olmakta ve ziyaretçi sayısı bu sebepten dolayı dış şehirlerden fazla sayıda olmaktadır.	f	2	6	-	-	2	2,4000	1,42984
	%	20	60	-	-	20		
7. Karaman'da yöresel yemekleri sunan işletmeler diğer işletmelere nazaran daha fazla talep görmektedirler.	f	-	-	4	3	3	3,9000	,87560
	%	-	-	40,0	30,0	30,0		
8. Karaman'da bulunan yiyecek-içecek işletmeleri pazarlama adına yöresel yemeklerden faydalanmaktadır.	f	-	4	3	1	2	3,1000	1,19722
	%	-	40,0	30,0	10,0	20,0		
9. Karaman'da bulunan yiyecek-içecek işletmelerinin sürdürülebilir rekabet avantajı kazanması adına	f	-	3	4	1	2	3,2000	1,13529
	%	-	30,0	40,0	10,0	20,0		

sahip olduğu yöresel mutfak önemlidir.								
10. İşletmede yöresel yemeklerin kullanılmasında müşterilerin Karaman mutfağına has yiyecekleri tercih etme oranı etkili olmuştur.	f	-	3	2	2	3	3,5000	1,26930
	%	-	30,0	20,0	20,0	30,0		
11. Yöresel mutfağın çeşitli seçeneklerinin sunulmasına özen gösterilmektedir.	f	-	2	3	1	4	3,7000	1,25167
	%	-	20,0	30,0	10,0	40,0		
12. İşletme imajının artırılması için yöresel yemekler kullanılmaktadır.	f	-	-	4	5	1	3,7000	,67495
	%	-	-	40,0	50,0	10,0		
13. İşletme karlılığının artırılması amacıyla yöresel yemekler kullanılmaktadır.	f	-	-	2	2	3	3,5000	1,26930
	%	-	-	20,0	20,0	30,0		
14. Yöresel yemeklerin kullanılması müşteri memnuniyetini artıracaktır.	f	-	-	3	2	5	4,2000	,91894
	%	-	-	30,0	20,0	50,0		
15. İşletmede sunulan yöresel yemeklerin menü kartında fotoğraflarının yer almasına özen gösterilmektedir.	f	-	2	2	4	2	3,6000	1,07497
	%	-	20,0	20,0	40,0	20,0		
16. İşletmede çalışacak aşçılar işe alınırken Karaman yemeklerini bilmesine dikkat edilmektedir.	f	-	1	3	-	6	4,1000	1,19722
	%	-	10,0	30,0	-	60,0		
17. İşletmede çalışan garsonların Karaman mutfağı hakkında bilgi birikimine sahip olmasına önem gösterilmektedir.	f	-	1	5	-	4	3,7000	1,15950
	%	-	10,0	50,0	-	40,0		
18. İşletmede çalışan personelin yöresel kıyafetler giymesine dikkat edilmektedir.	f	5	2	1	-	2	2,2000	1,61933
	%	50,0	20,0	10,0	-	20,0		
19. Yemekler servis edilirken yö-	f	2	1	4	-	3	3,1000	1,52388

reye has servis şekilleriyle sunulmaktadır.	%	20,0	10,0	40,0	-	30,0		
20. İşletmemiz yöreye özgü dekorasyon, dizayn ve konseptte sahiptir.	f	3	3	2	-	2	2,7000	1,63639
	%	30,0	30,0	20,0	-	20,0		

Tablo 3'te katılımcıların işletmelerinde servisini yaptıkları yöresel yemeklerin kullanımına ilişkin bakış açılarına yer verilmiştir. Tablodaki verilere göre katılımcıların; büyük çoğunluğu (% 90) Karaman'a ait tanınan yemeklerin lezzetini merak eden yerli ve yabancı ziyaretçilerin olmadığını, %40'ı Karaman'ın sahip olduğu mutfak kültürünün, bölge için turistik çekicilik unsuru oluşturmadığını, % 50'si Karaman'ın sahip olduğu mutfak kültürünün, bölge adına önemli tanıtım araçlarından biri niteliğinde olmadığını, % 60'ı Karaman'ın sahip olduğu mutfak kültürünün ve hizmet şeklinin, bölge adına önemli gelir kaynaklarından biri olmadığını, % 50'si Karaman'ın sahip olduğu mutfak kültürünün, bölgeye gelen turistleri yoğun olarak alışverişe sevk etmediğini, yine büyük çoğunluğu (%80) Karaman'ın sahip olduğu yerel mutfağın ülke çapında bilinen tatlara sahip olmakta ve ziyaretçi sayısı bu sebepten dolayı dış şehirlerden fazla sayıda olmaktadır görüşüne katılmadığını, % 60'ı Karaman'da yöresel yemekleri sunan işletmelerin diğer işletmelere nazaran daha fazla talep görmekte olduğunu, % 40'ı Karaman'da bulunan yiyecek-içecek işletmelerinin pazarlama adına yöresel yemeklerden faydalanmadığını belirtmişlerdir.

Ayrıca, Karaman'da bulunan yiyecek-içecek işletmelerinin sürdürülebilir rekabet avantajı kazanması adına sahip olduğu yöresel mutfak önemlidir görüşüne çoğunluk kararsız kalmakla birlikte katılanlar ile katılmayanların oranı eşit (%30 - %30) çıkmıştır. Katılımcıların yarısı (% 50) İşletmede yöresel yemeklerin kullanılmasında müşterilerin Karaman mutfağına has yiyecekleri tercih etme oranının etkili olduğu görüşündedir. Katılımcıların yarısı (%50) işletmelerinde yöresel mutfağın farklı seçeneklerinin sunulmasına özen gösterilmekte olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların yarısı işletme imajının artırılması için, yarısı işletme karlılığının artırılması için işletmede yöresel yemeklerin servisinin yapıldığını belirtmişlerdir. Yine katılımcıların yarısı yöresel yemeklerin kullanılmasının müşteri memnuniyetini artıracığı görüşündedir. İşletmelerin (katılımcıların), % 60'ı servisi yapılan yöresel yemeklerin menü kartında fotoğraflarının yer almasına özen gösterildiğini vurgulamışlar, Yine katılımcıların % 60'ı işletmede çalışacak aşçıların işe alınırken Karaman yemeklerini biliyor olmalarına dikkat edildiğini, % 40'ı İşletmede çalışan garsonların Karaman mutfağı hakkında bilgi birikimine sahip olmasına önem gösterildiğini, büyük çoğunluğu (% 70) İşletmede çalışan

personelin yöresel kıyafetler giymesine dikkat edilmediğini ve % 60'ı işletmelerinin yöreye özgü dekorasyon, dizayn ve konsepte sahip olmadığını belirtmişlerdir. Yemekler servis edilirken yöreye has servis şekilleriyle sunulmaktadır görüşüne % 40'lık bir grup tarafsız kalırken, katılanlar ve katılmayanların oranı eşit (% 30-%30) çıkmıştır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm, farklı kültürlerin ve yöresel lezzetlerin tanınması için önemli bir araçtır. Karaman mutfağı, zengin içeriği, çeşitliliği ve taşıdığı kültür özellikleri ile turizm endüstrisi açısından önemli bir potansiyel ve çekicilik arz etmektedir. Ancak, tanıtım eksikliği nedeniyle Karaman mutfağı, hak ettiği yere gelememiştir. Karaman mutfak kültürünün temelini oluşturan yöresel yemekler gün geçtikçe önemini yitirmekte ve unutulmaktadır. Son yıllarda hızlı yemek restoranların sayısının artması, yöresel yemeklerin yeni nesle aktarılamayışı, Karaman ilinde bulunan işletmelere gelen misafirlere yöresel yemeklerin sunulmayışı yöresel mutfak kültürünün zamanla kaybolmasına neden olmuştur.

Araştırmada elde edilen verilerden yola çıkıldığında Karaman yöresinde yöresel yemeklerin işletmeler tarafından yeterli oranda sunulmadığı, bu konuda bilinçsiz oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Aslında katılımcıların büyük çoğunluğunun, yöresel yemekleri servis eden işletmelerin diğer işletmelere nazaran daha fazla talep edildiğini düşünüyor olmalarına rağmen; yöresel mutfak kültürünün bölge için turistik çekicilik, tanıtım, işletme adına önemli bir pazarlama aracı olması görüşlerine katılmadıkları bu konuda da yeterli bilince sahip olmadıkları görülmüştür. Yöresel yemeklerin sunumunun yapıldığı işletmelerin yöreye özgü tasarım ve dekorasyona sahip olmaması işletmede çalışan garsonların yöresel yemekler konusunda bilgi sahibi olmaması da diğer önemli sonuçlardır.

Türk tarihi kadar zengin bir geçmişe sahip olan Karaman kültürel turizm açısından hak ettiği yeri bulamamıştır. Karaman mutfağının diğer yörelerden geri kalmasının en önemli nedeni tanıtım eksikliğidir. Birçok lokantada yapılabilme imkanı olmasına rağmen Karaman yemekleri restoran menülerinde yer almamakta ve Karaman'a özel yöresel tatlar çok az kişi tarafından bilinmektedir.

Karaman mutfağının tekrar canlandırılması, yeni nesillere aktarılabilmesi için yiyecek içecek işletmecilerine şu önerilerde bulunulabilir;

- Menüsünde yöresel yemekleri sunan işletmelerde yöresel yiyeceklerin geleneksel hazırlanma usullerine uygun hazırlanmasına ve servis edilmesine de özen gösterilmelidir.

- Karaman mutfağı üzerine yazılmış kitaplar, hazırlanmış broşürler ile Türkiye'nin turizm pazarını oluşturan yerli ve yabancı turistlere hitap edilmelidir.
- Karaman yemeklerini tanıtıcı yarışmalara ve toplantılara katılım sağlanmalı, yöresel yemeklerin sunumunda kullanılan araç ve gereçlerin Karaman yemek kültürünü yansıtmaya özen gösterilmelidir.
- Düzenlenecek festivaller ile unutulmuş Karaman mutfağı tekrar canlandırılmalıdır.
- Karaman'da bulunan yiyecek-içecek işletmelerinin menülerinde tanıtım amacıyla Karaman mutfağından örnekler sunulmalıdır.
Konuyla ilgili olarak akademiye şu öneride bulunulabilir;
- Karaman mutfağının gelenek göreneklere ve yemek kültürünü ortaya çıkaracak gerek ulusal gerekse uluslararası düzeyde akademik çalışmalar yapılabilir.

Son olarak ülkemizin yemek kültürünün tanıtılması ve geliştirilmesinde hem özel hem de kamu kurum ve kuruluşlarına önemli görevler düşmektedir. Çalışma sadece Karaman ili baz alınarak gerçekleştirilmiş olsa da ülkemizde zengin yemek kültürüne sahip çok sayıda il vardır. Çok zengin olan tarihî mutfak kültürüne sahip ülkemizde yöresel yemeklerini başarıyla tanıtan yerler olduğu gibi yemek kültürünü yeterince tanıtamayan bölgeler de vardır. Zira yöresel yemek kültürü ve yerel ürünler, kültürel mirasın bir parçası olup, ziyaret edilen alanın özgün niteliğine katkıda bulunan önemli unsurlardandır. Bu açıdan yöresel yemek kültürünün her bölgede tanıtımının etkin şekilde gerçekleştirilmelidir.

KAYNAKLAR

- Avcıkurt, C., Sarıoğlan, M. ve Girgin, G. K. (2007). "Yiyecek-içecek Olusuna Sosyolojik Bir Bakış", *Akdeniz Üniversitesi 1.Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler*, Antalya.
- Ardıç Yetiş, Ş. (2015). "Kapadokya Yemek Kültürü ve Mustafapaşa Beldesi (Sinassos) Örneği", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2): 12-19.
- Bezirgan, M. ve Koç, F. (2014). "Yerel Mutfakların Destinasyona Yönelik Aidiyet Oluşumuna Etkisi: Cunda Adası Örneği", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (34): 917- 928.
- Büyükşalvarcı A., Şapçılar, M.C. , Yılmaz, G. (2016), "Yöresel Yemeklerin Turizm İşletmelerinde Kullanılma Durumu: Konya Örneği", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4/4 165-181.
- Çulha, O. ve Kalkan, A. (2015). "Tanıtım Broşürleri Gözüyle Anadolu Yöresel Mutfakları", *I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators (EITOC-2015), 28-30 Mayıs 2015, Selçuk Üniversitesi, Konya*.

- Güneş, G., H. İ. Ülker ve G. Karakoç (2008). "Sürdürülebilir Turizmde Yöresel Yemek Kültürünün Önemi", *II. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler, Antalya*.
- Hacıoğlu, N., Girgin, G.K. ve Giritlioğlu, İ. (2009). "Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Pazarlama Faaliyetlerinde Yöresel Mutfakların Kullanımı- Balıkesir Örneği", *III. Gastronomi Sempozyumu, 17-18 Nisan 2009, Antalya*.
- Hatipoğlu, A., Zengin, B., Batman, O. ve Şengül, S. (2013). "Yöresel Yemeklerin, Kırsal Turizm İşletmeleri Mönülerinde Kullanım Düzeyleri: Gelveri Örneği", *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(1): 6-11.
- Kesici, M. (2012). Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 14 (23):33-37.
- Koroğlu, A., Ö. Koroğlu, ve M. Sarıoğlu, (2007). "Türk Mutfağının Tanıtılmasında Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolüne İlişkin Ampirik Bir Çalışma", *I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu*, 30-40.
- Memiş Kocaman, E. (2013). "Yiyecek İçecek İşletmelerinde Yöresel Yemeklerin Kullanımı Tokat İli Örneği". Tokat Sempozyumu, 84490.
- Önçel, S. (2015). "Türk Mutfağı ve Geleceğine İlişkin Değerlendirmeler", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(4) 33-44.
- Özdemir, B. ve Kınay, F. (2004). "Yabancı Ziyaretçilerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşleri:Antalya'yı Ziyaret Eden Alman ve Rus Turistler Üzerine Bir Araştırma", *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*,2:5-28.
- Özdemir, G. (2008). Destinasyon Pazarlaması, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Öztürk, A. (2006). "Restoran İşletmelerinde Siparişlerin Elektronik Ortamda Alınmasının İşletme Performansı Üzerine Etkileri ve Afyonkarahisar Özdeş A.Ş.'de Bir Uygulama", yüksek lisans tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Afyon.
- Saatçi, G., ve Güdü Demirbulat, Ö.G. (2016). "Yöresel Yemeklerin Broşürlerde Tanıtım Unsuru Olarak Kullanılmasının Analizine Yönelik Bir Araştırma" *The Journal of International Social Research* 42: 1999-2006.
- Uslu A. ve Kiper T. (2006). "Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı / Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı". *Journal of Tekirdag Agricultural Faculty*, 3(3): 305-314
- Yalçın, B. (2009). " Yöresel Ürünlerin Pazarlanmasında E-Ticaretin Etkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma", yüksek lisans tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Çanakkale.

Zağralı, E. ve Akbaba, A. (2015). "Turistlerin Destinasyon Seçiminde Yöresel Yemeklerin Rolü: İzmir Yarımadası'nı Ziyaret Eden Turistlerin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma" / *Journal of Yasar University*, 10 (40): 6633-6644.

İnternet Kaynakları:

Karaman OMG. (2013).Karaman İli Doğa Turizmi Master Planı
http://karaman.ormansu.gov.tr/Karaman/Libraries/Dokumanlar/DO%C4%9EA_TUR%C4%B0ZM%C4%B0_MASTER_PLANI_TASLA%C4%9EI.sflb.ashx

Karaman Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü. (2010). Karaman Valiliği Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü İl Çevre Durum Raporu

http://www.csb.gov.tr/db/ced/editordosya/karaman_icdr2011.pdf(Erişim:18.10.2017)

Karaman İl Kültür Turizm Müdürlüğü (2017)

<http://www.karamankulturturizm.gov.tr/TR,129511/karaman-mutfagi.html> (Erişim:12.10.2017)

<http://karamanmutfagi.blogspot.com.tr/2012/03/karaman-yemekleri-tarmla-ugrasan.html>(Erişim:18.10.2017)

Karaman Tanıtım Platformu (2017). <http://kartap.org/karaman-yemekleri-gun-yuzuncikarildi/>(Erişim:18.10.2017)