



Tourism and Recreation

<https://dergipark.org.tr/tourismandrecreation>

E-ISSN: 2687-1971

Artvin ilindeki yiyecek ve içecek işletmelerinde yöresel yemekler

Local foods at the food and beverage businesses in Artvin province

Yener Oğan^{1*}, Fügen Durlu Özkaya²

¹Artvin Çoruh Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, oganyener@gmail.com, 0000-0002-1523-8498

²Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, fugen.ozkaya@hbv.edu.tr, 0000-0003-2893-9557

MAKALE BİLGİSİ/ ARTICLE INFO

Araştırma / Research Article

Anahtar Kelimeler:

Artvin, Gastronomi, Yöresel Yemekler, Yiyecek İçecek İşletmeleri.

Key Words:

Artvin, Gastronomy, Local Foods, Food and Beverage Businesses.

Gönderme Tarihi/Received Date:

30.03.2021

Kabul Tarihi/Accepted Date:

28.06.2021

Yayımlanma Tarihi/Published Online:

30.06.2021

ÖZET

Artvin ili kültür yapısı, yemekleri, iklimi, coğrafyası gibi pek çok duruma bağlı olarak zengin ve özgün bir gastronomi değerine sahiptir. Bir yörenin gastronomi değerlerinin tanıtılması ve sürdürülebilir olmasında o yörede bulunan yiyecek içecek işletmelerine önemli görevler düşmektedir. Bu araştırma Artvin ilinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin yöresel yemek uygulamalarını incelemek amacıyla yapılmıştır. Araştırmada 244 işletmeye anket formu kullanılarak veriler elde edilmiştir. Elde edilen veriler doğrultusunda Artvin ilinde yiyecek içecek hizmeti sunan işletmelerin, demografik bilgileri ile yöreye özgü yemekleri bilip bilmedikleri ve menülerinde olup olmadığı ile ilgili bulgular yer almaktadır. Araştırmaya katılan yiyecek içecek işletmelerinin yöreye özgü bazı yemekleri bilmediği, bildikleri yemeklerin ise kısıtlı bir bölümünün menülerinde bulunduğu tespit edilmiştir. Ayrıca son yıllarda yörede yiyecek içecek işletmeleri sayısında önemli bir artış olmasına rağmen yöresel temalı işletme sayısının yeterli düzeyde olmadığı görülmektedir. Bu kapsamda yöresel işletmelerin nitelik ve sayısal olarak artırılması, yöredeki işletmelerin menülerinde yöreye özgü yemeklere daha fazla yer vermeleri ve yöresel yemeklerin yiyecek içecek işletmeleri için önemli bir pazarlama aracı olduğunu düşünmeleri gerektiği önerilmektedir.

ABSTRACT

Artvin has a rich and unique gastronomic value depending on many conditions such as its cultural structure, food, climate and geography. The food and beverage businesses in that region have an important role in introducing and sustaining the gastronomic values of that region. This research was carried out to investigate the local foods practices of food and beverage businesses operating in the province of Artvin. In the research, the data were obtained by using a survey form for 244 businesses. In direction with the data obtained, there are findings regarding the demographic information of the businesses offering food and beverage service in Artvin and whether they know the local foods and whether they are in their menus. It has been determined that the food and beverage businesses participating in the study do not know some of the local dishes, and a limited part of the foods they know are in their menus. In addition, although there has been a significant increase in the number of food and beverage businesses in the region in recent years, it is observed that the number of local themed businesses is not sufficient. In this context, it is suggested that local businesses should be increased in quality and numerically, that local businesses should include more local foods in their menus and consider local foods as an important marketing tool for food and beverage businesses.

1. Giriş

Geçmişten günümüze toplumlar tarafından değer verilerek kuşaktan kuşağa aktarılan geleneksel ürünler; kültürel unsur, alışkanlık, bilgi, tecrübe, davranış gibi pek çok özelliği bünyesinde barındırmaktadır. Bir ürünün geleneksel ürün adı olarak nitelendirilebilmesinde ise ilgili piyasada en az otuz yıldır kullanılıyor olması ve geleneksel yöntemler kullanılarak üretilmesi gerekmektedir (Yıldız, 2018: 27). Yine bir ürünün geleneksel bir özellik taşıyabilmesinde diğer ürünlerden üstün özelliklerinin olması ve diğer ürünlere benzer özelliklerinin bulunmaması gerekmektedir. Bu doğrultuda bir yöreye özgü yemekler dikkate alındığında geleneksel bir

ürün olarak yemeklerin önemli bir yerinin bulunduğu ifade edilebilmektedir.

Artvin ili Türkiye'nin kuzeydoğusunda bulunan doğal güzellikleri ve kültürel zenginlikleriyle başta doğa turizmi olmak üzere kültür turizmi, botanik turizmi, kayak turizmi, deniz turizmi, yayla turizmi, akarsu turizmi, inanç turizmi, av turizmi, spor turizmi, yaban hayatı gözlemleme, rafting, gastronomi gibi pek çok turizm çeşitlerinin yapılabildiği önemli bir turizm destinasyonu olma özelliği taşımaktadır. Dünya Turizm Örgütü (2020) gastronomi turizmini; gastronomi ile ilgili destinasyonlara yapılan eğlenme amaçlı yiyecek ve içeceklerle ilgili rekreasyonel deneyimsel etkinliklerin bütünüdür

* Sorumlu yazar /Corresponding author.

Dr. Öğr. Üyesi, Artvin Çoruh Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, oganyener@gmail.com, ORCID:0000-0002-1523-8498

şeklinde tanımlamaktadır. Gastronomi turizminin en önemli unsurlarından biri olan yöresel yemeklerin bilinirliğinin artırılması açısından yiyecek içecek hizmeti sunan işletmelere önemli görevler düşmektedir. Bu nedenle bir yöreye özgü yemeklerin, yörede faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri tarafından bilinmesi ve menülerinde yer alması gerekmektedir. Diğer bir ifadeyle bir yörede faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin yöreye özgü gastronomi öğelerine yer vermesi, yörenin gastronomisinin tanınmasında önemli bir araç olma özelliği taşımaktadır. Bu sebeple araştırma, Artvin ilinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin yöresel yemek uygulamalarını tespit etmek amacıyla yapılmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın temel problemini yöreye özgü yemeklerin yiyecek içecek hizmeti sunan işletmeler tarafından bilinip-bilinmeme düzeyleri ile menülerinde yer alıp-almama durumlarının incelenmesi oluşturmaktadır.

2. Literatür Taraması

Raji vd. (2018) çalışmalarında yerel yiyecekleri kırsal bölgelere entegre etmenin destinasyonların sürdürülebilirliğinde ve rekabet gücünün artmasında yardımcı olacağını ifade etmiştir. Ancak, bu durum yerel toplulukların desteği olmadan mümkün olmamaktadır. Dolayısıyla yerel toplulukların turizm faaliyetlerine katılımı pozisyonunda olması ve kırsal bölgelerdeki herhangi bir turizm ürününü tanıtmaya açısından gerekliliğini belirtmiştir. Akdemir & Selçuk (2018) çalışmalarında Sakarya'daki yöresel yiyecek sunan yiyecek içecek işletmelerinin menülerini inceleyerek ve yöre halkının tutumlarını araştırmıştır. Araştırmada yöre halkının yöresel yiyeceklerinin turizme kazandırılmasını desteklediği, yöresel mutfağın tanıtım açısından önemli olduğunu ve ekonomik açıdan katkı sağlayacağı sonuçlarına ulaşmıştır. Akyürek & Zeybek (2018) ise çalışmalarında Gümüşhane yöresine özgü pek çok yöresel yiyecek ve içecek bulunduğunu ancak bu ürünlerin turistik ürün olarak sunumunun yetersiz olduğunu tespit etmiştir. Kement vd. (2018) Bingöl ilinin yerel ürünlerini incelemişler ve geçmişten günümüze gelen en az 87 çeşit yiyecek tespit etmişlerdir. Oğan & Özkaya (2018) Artvin ilinde yaptıkları çalışmada yiyecek ve içeceklerin lezzeti, çalışan personeli ve hizmet kalitesi üniversite çalışanlarının yiyecek içecek işletmesi tercihlerini en çok etkilediğini tespit etmiştir. Ayrıca yiyecek içecek işletmesi tercihlerinde fiyat, aile, ulaşım ve fiziksel alan gibi unsurlarında etkili olduğu sonuçlarına ulaşmıştır. Dündar & Arıkan (2017) çalışmalarında Eskişehir ilinde bulunan yiyecek içecek işletmelerinin büyük bir bölümünün menülerinde Eskişehir mutfak kültürüne özgü yemeklerine nerdeyse hiç yer vermediğini tespit etmiştir. Ayrıca Eskişehir'de diğer illere ait mutfak kültürlerine ait yiyecek içecek işletmelerinin olmasına rağmen Eskişehir mutfak kültürünü sunan çok az sayıda yiyecek içecek işletmesinin bulunduğunu ve bunlarında menülerinde sınırlı sayıda yöresel yiyecek sunduğunu tespit etmiştir. Töre Başat vd. (2017) çalışmalarında gastronomik kimlik oluşturmada yöresel ürünlerin satış ve pazarlanmasında üreticilere yol gösterebildiği sonuçlarına ulaşmıştır. Sukenti vd. (2016) ise çalışmalarında yöresel mutfakta kullanılan bitkilerin gastronomi açısından önemli bir unsur olduğunu ifade etmiştir. Çapar & Yenipınar (2016) çalışmalarında, turistlerin destinasyon tercihlerinde yöresel

yiyeceklerin kültürel kimliğin önemli bir unsuru olduğunu ve yöresel yiyecekler turizm amaçlı kullanılmasıyla bölgeye olumlu birçok katkı sunabileceğini tespit etmişlerdir. Çulha & Dağkiran (2016) çalışmalarında Kuşadası'ndaki 21 restoran işletmesinde yöneticiler ile yaptıkları görüşmede; katılımcıların yöresel yiyecekler ve içeceklere önem verdiği tespit etmiştir. Özellikle yöresel yiyecek ve içeceklerin müşteriler tarafından satın alınması ve servis edilmesi müşteri memnuniyetini artırmakta olduğunu ayrıca yöresel yiyecekler ve içecekler müşterilerin işletmeye olan bağlılığı ve devamlılığı sağladığını tespit etmiştir. Sormaz (2015) çalışmasında İstanbul ilinde yiyecek içecek sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin Türk mutfağı uygulamalarını incelemiştir. Çalışmanın en çarpıcı sonuçlarından birisi olarak yiyecek içecek işletmelerinin Türk mutfak kültürü ve yemeklerine menülerinde daha fazla önem ve yer vermesi gerektiği dolayısıyla bu durumun Türk mutfağının dünya çapında tanıtılmasına katkı sağlayacağı şeklinde ifade etmiştir. DiPietro & Campbell (2014) ABD'de bir üniversite kampüsünde bulunan bir restoranda yaptıkları çalışmalarında yöresel yiyecek kalitesi ve tekrar ziyaret etme isteği arasında olumlu bir ilişki tespit etmiştir. Ayrıca çalışmalarında müşterilerin ilgisini çekmek için restoranlarda yöresel yiyeceklerin pazarlanmasına yardımcı olabilecek uygulamalara dair bilgiler sunmuştur. Kızırmak vd. (2014), çalışmalarında Doğu Karadeniz Bölgesi'nin önemli bir turizm destinasyonu olan Uzungöl'de faaliyet gösteren çoğu yiyecek içecek işletmelerinin menü kartlarında yöresel yiyecek ve içecekler ile ilgili yeterli düzeyde bilgilerin bulunmadığını tespit etmiştir. Dilsiz (2010), "Türkiye'de Gastronomi ve Turizm (İstanbul Örneği)" başlıklı çalışmasında gastronomi ve gastronomi turizminin birinci sınıf turizm işletme belgeli işletmelerdeki önemini ve uygulanabilirliğini incelemiştir. Gastronomi ve gastronomi turizmine olan yaklaşım bir yörenin turistik tanıtımı konusunda katkı sağlamakta olduğu tespitinde bulunmuştur. Everett & Aitchison (2008) yaptıkları bir araştırmada, yiyecek ve içecekler ile ilgili kuruluşların yöresel kimliklerin oluşmasında merkezi olabileceğini ayrıca yöresel kimlik ve yemek arasında teorik bağlantı olduğunu ifade etmiştir. Bunun yanı sıra yöresel kimliği güçlendirmek, çevrenin değerini artırmak, kültürel mirası korunmak ve ekonomiyi teşvik etmek gibi pek çok potansiyeline sahip olması nedeniyle gastronomi turizminin alternatif bir kalkınma aracı olduğu sonucuna ulaşmıştır. Roberts & Hall (2001) çalışmalarında kırsal alanlarda turizm ve eğlence faaliyetlerinin yaygınlaştırılması gerektiğine ve tarım, el sanatları, kültür, gastronomi ve diğer gezi yolları, kültürel festivaller gibi etkinliklerin yerel ekonomiler için önemli olduğuna dikkat çekmektedir. İlgili araştırmalar incelendiğinde yiyecek içecek işletmeleri üzerine farklı ve çeşitli çalışmalar bulunmasına rağmen Artvin yöresinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin yöresel yemeklerini doğrudan konu edinen çalışmalara pek rastlanılmamaktadır. Dolayısıyla araştırmanın hem ilgili yazına hem de diğer araştırmalara katkı sağlaması bakımından önemli olduğu düşünülmektedir.

3. Yöntem

Bu araştırma ile yöreye özgü yemeklerin Artvin ilinde yiyecek içecek hizmeti sunan işletmeler tarafından bilinip-bilinmeme düzeyleri ile menülerinde yer alıp-almama

durumları ortaya çıkarılmıştır. Karasar (2002)'ye göre bu araştırmaya konu olan birey, nesne ya da olayları kendi koşulları içerisinde olduğu gibi tanımlanmaya çalışması ve araştırmada geçmişten günümüze var olan bir durumu olduğu gibi betimlenmesi amaçlandığından dolayı tarama modeli yaklaşımı benimsenmektedir.

3.1. Evren ve Örneklem

Artvin ilinde yiyecek içecek hizmeti sunan işletmeler ile ilgili evreni temsil edecek örneklem seçilmesinde araştırmacının amacına bağlı olarak bilgi açısından zengin durumların seçilerek derinlemesine araştırma yapılmasına olanak sağlayan seçkisiz olmayan örnekleme yöntemlerinden amaçlı örnekleme tekniği kullanılmaktadır. Araştırmacı bu teknik sayesinde seçilen durumlar çerçevesinde doğa ve toplum olgularını veya olaylarını anlamaya ve bu durumlar arasındaki ilişkileri keşfederek açıklamaya çalışmaktadır (Büyükoztürk vd., 2012). Araştırmanın evrenini oluşturan Artvin ilinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri ile ilgili sayılara Tablo 1'de yer verilmektedir.

Tablo 1'de Artvin ilinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri ile ilgili bilgiler incelendiğinde Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Yatırım ve İşletmeleri Genel Müdürlüğünden 10.06.2019 tarihi itibarıyla alınan bilgilere göre

Tablo 1. Araştırmanın Evren Sayıları

İlçeler	Artvin İlinde Faaliyet Gösteren Yiyecek İçecek İşletmeleri		
	Bağımsız Yiyecek İçecek İşletmeleri	Turizm Belgeli Oteller	Belediye Belgeli Oteller
Merkez	110	4	10
Ardanuç	35	-	4
Arhavi	75	-	6
Borçka	55	1	5
Hopa	130	8	10
Kemalpaşa	39	1	3
Murgul	25	-	2
Şavşat	30	3	10
Yusufeli	50	3	10
Toplam		630 (550+20+60)	

Tablo 2. Araştırmanın Örneklem Sayıları

İlçeler	Evren Sayısı	İldeki Yiyecek İçecek İşletmesi Oranı (%)	Örneklem Sayısı
Merkez	124	19,68	48
Ardanuç	39	6,19	15
Arhavi	81	12,85	31
Borçka	61	9,68	24
Hopa	148	23,49	57
Kemalpaşa	43	6,82	17
Murgul	27	4,28	11
Şavşat	53	6,82	17
Yusufeli	33	10,00	24
Toplam	630	100	244

Artvin ilinde turizm belgeli 20, belediye belgeli 60 konaklama tesisi bünyesinde yiyecek içecek işletmesi bulunmaktadır. Artvin İl Kültür Turizm Müdürlüğü, Ticaret ve Sanayi Odaları, Esnaf Sanatkarlar Odaları, Belediye Başkanlıklarından alınan bilgilere göre Artvin ilinde bağımsız olarak faaliyet gösteren 550 olmak üzere toplam 630 yiyecek içecek işletmesi bulunmaktadır. Araştırma kapsamında Artvin ilinde yiyecek içecek işletmeleri için en az 240 örneklem sayısının 0.05 güven aralığında ve 0.05 örneklem hatası ile evreni temsil edebileceği ifade edilebilmektedir (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2004: 50). Araştırmanın örneklemini oluşturan Artvin ilinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri ile ilgili sayılara Tablo 2'de yer verilmektedir.

Tablo 2 incelendiğinde bu araştırmanın uygulanmasında 0.05 güven aralığında evreni temsil edecek örneklem sayısı 244 işletme olarak belirlenmiştir.

3.2. Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmada veriler, Artvin ilinde faaliyet gösteren 244 yiyecek içecek işletmesi yöneticisine yöresel yemek uygulamalarını tespit etmek amacıyla anket formu uygulanarak elde edilmiştir. Anket formlarının uygulanması ile ilgili Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Komisyonundan 16.09.2019 tarih 12 sayılı toplantısında etik açıdan bir

sakınca bulunmadığı ile ilgili etik kurul izni alınmıştır. Araştırma kapsamına örneklem gruplarından toplanan bu veriler 01.10.2019/01.08.2020 tarihleri arasındaki süreyi kapsamaktadır. Araştırmada kullanılan “Yiyecek İçecek İşletmesi Anket Formu” Artvin ilinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin demografik özelliklerini, yöresel yemekleri bilip bilmedikleri ve yöresel yemeklere menülerinde yer verip vermediklerini belirlemek amacıyla oluşturulmuştur. Anket formundaki sorular demografik ve evet/hayır biçiminde sorular olarak hazırlanmıştır. Anket formunda Artvin ilinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin türü, hizmet süresi, çalışan personel sayısı gibi demografik bilgilerin yanı sıra Artvin yöresine özgü yemekleri bilip bilmedikleri ve yöresel yemeklere menülerinde yer verip vermedikleri ile ilgili sorular bulunmaktadır. Anket formunda yer alan yiyecek içecek işletmelerinin demografik özellikleri, Artvine özgü yemekleri bilme ve menülerinde bulundurma durumlarına ait yöresel yemek uygulamaları ile ilgili bulguların yorumlanmasında frekans, yüzde dağılımı, ortalama ve standart sapma gibi betimsel istatistikî değerlerinden yararlanılmıştır.

4. Bulgular

Araştırmada, yiyecek içecek hizmeti sunan 244 işletmeden anket formu ile elde edilen veriler Artvin’de yiyecek içecek hizmeti sunan işletmelere ilişkin bulgular olarak değerlendirilmektedir. Yiyecek içecek hizmeti sunan işletmelerin demografik özelliklerinin yanı sıra Artvin yöresine özgü yemekleri bilip bilmedikleri ve bu yöresel yemeklere menülerinde yer verip vermediklerine ilişkin bulgular yorumlanmaktadır. Ayrıca işletmelerin anket formu dışında kalan yöresel yemeklerden hangilerini menülerinde bulduklarını tespit edilmiştir.

Tablo 3. Araştırmaya Katılan Yiyecek İçecek İşletmelerinin Demografik Özellikleri (n=244)

		f	%	s.s.		f	%	s.s.	
İşletmenin Türü	Otel	30	12.3	1.189	Çalışan Personel Sayısı	0-4 kişi	131	53.7	.854
	Restoran	36	14.8			5-9 kişi	77	31.6	
	Lokanta	62	25.4			10-14 kişi	30	12.3	
	Kafeterya	89	36.5			15-19 kişi	3	1.2	
	Pastane	27	11.1			20 ve üzeri kişi	3	1.2	
	Merkez	48	19.7			İşletmeye T.C. Vatandaşı Dışında En Fazla Gelen Misafirlerin Uyuğu	Arap Ülkeleri	34	
Arduuç	15	6.1	Gürcistan	103	42.2				
Arhavi	31	12.7	İran	56	23.0				
Borçka	24	9.8	Avrupa Ülkeleri	18	7.4				
Hopa	57	23.4	Azerbaycan	33	13.5				
Kemalpaşa	17	7.0	Açık Büfe	28	11.5				
İşletmenin Bulunduğu İlçe	Murgul	11	4.5	Servis Şekli	Alakart	122	50.0	.902	
	Şavşat	17	7.0		Tabldot	53	21.7		
	Yusufeli	24	9.8		Self Servis	41	16.8		
	0-3 yıl	86	35.2		Aşçı Tecrübesi	132	54.1		
	4-7 yıl	64	26.2		Standart Yemek	48	19.7		
	8-11 yıl	48	19.7		Reçetesi	64	25.2		
Faaliyet Süresi	12-15 yıl	16	6.6	İşletmede Yemekleri Nasıl Yapıyorsunuz	İşletme Tarifi	64	25.2	.878	
	16-19 yıl	14	5.7		Yöre Mutfağına Yer Veriliyor mu?	Evet	170		69.7
						Hayır	74		30.3

4.2. Artvin’de Yiyecek İçecek Hizmeti Sunan İşletmelerin Yöre Gastronomisine Özgü Yemekleri Bilinirlik Düzeyi

Artvin ilinde yiyecek içecek hizmeti sunan ve araştırmaya katılan işletmelerin yöreye özgü yemeklerin bilinirlik düzeyine ilişkin sayısal verilere Tablo 4’te yer verilmektedir.

Tablo 4’te Artvin ilinde yiyecek içecek hizmeti sunan işletmelerin yöreye yemeklerin bilinirlik düzeyine ilişkin bulgular incelendiğinde %95,5’inin mıhlama veya kuymak yemeğini en fazla bildikleri tespit edilmiştir. Bu yemeği sırasıyla %93,0’ının Laz böreği ve karalahana sarması, %91,0’ının mısır ekmeği ve pişi/bişi, %88,9’unun hamsili pılav, %88,1’inin karalahana çorbası, %87,7’sinin Artvin döneri, %86,9’unun turşu kavurma, %85,7’sinin hamsi buğulama ve %80,3’ünün silor (ziron, siron) yemekleri en fazla bilinen olarak takip ettiği görülmektedir. Bu durum yörede mısır unu, karalahana, hamsi, hamur işi ve et ürünleri ile yapılan yemekleri bildikleri şeklinde yorumlanabilmektedir. Artvin ilinde yiyecek içecek hizmeti sunan işletmelerin %63,1’inin kaygana, %57,8’inin hinkal (hingel, hinkali), %57,0’ının çarğ(h)ala (pazı) yemeği, %44,7’sinin cincar çorbası veya yemeği, %41’inin puçuko, %38,9’unun dudey veya dudeyi ve %38,1’inin hasuta yemeğini ise orta düzeyde bildikleri tespit edilmiştir. Bu durum yöre içinde tam anlamıyla bilinmediği ve yöre içinde yemeklerin farklılıklar göstermesi şeklinde yorumlanabilmektedir. Son olarak yiyecek içecek hizmeti sunan işletmelerin %30,7’si gaviçi (gaşil, haşil, papa) ve %29,1’i kayısefe yemeğini bilmektedir. Dolayısıyla bu yemeklerin bilinirliğinin en az olduğu tespit edilmiştir.

Çokişler & Türker (2016) çalışmalarında faaliyet gösteren restoran yöneticilerinin mutfak kültürünün turizm amaçlı olarak kullanılması noktasında yeterli önemi göstermediklerini ifade etmiştir. Şengül & Türkay (2016) ise çalışmalarında yapmış oldukları yöresel yemeklerin standart hale getirilerek bölgede bulunan konak ve restoranların menülerinde yer alması gerektiğini belirtmiştir. Dolayısıyla yöre içinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin yörenin gastronomisine özgü kültür, yemek, servis gibi unsurları bir turizm ürünü olarak bilmesi ve bununla ilgili geliştirici faaliyet yapılması gerektiği ifade edilebilmektedir.

4.3. Artvin’de Yiyecek İçecek Hizmeti Sunan İşletmelerin Yöre Gastronomisine Özgü Yemeklerin Menülerinde Yer Alma Durumu

Artvin ilinde yiyecek içecek hizmeti sunan ve araştırmaya katılan işletmelerin yöreye özgü yemeklerin menülerinde yer alma durumuna ilişkin sayısal verilere Tablo 5’te yer verilmektedir.

Tablo 5’te Artvin ilinde yiyecek içecek hizmeti sunan işletmelerin yöreye özgü yemeklerin menülerde bulunma düzeyine ilişkin bulgular incelendiğinde %52,9’unun mıhlama veya kuymak yemeğini menülerinde en fazla bulundurduğu tespit edilmiştir. Bu yemeği sırasıyla %39,3’ünün karalahana sarması, %34,0’ının Laz böreği, %32,8’inin pişi/bişi, %31,6’sının mısır ekmeği, %24,6’sının turşu kavurma, %20,9’unun artvin döneri ve %19,7’sinin silor (ziron, siron) yemeğini menülerinde

Tablo 4. Artvin Yöre Gastronomisine Özgü Yemeklerin Bilinirlik Düzeyi

Yöre Yemeklerinin Bilinirlik Düzeyi	Biliyorum		Bilmiyorum		s.s.
	f	%	f	%	
1. Karalahana Çorbası	215	88.1	29	11.9	.324
2. Cincar Çorbası veya Yemeği	109	44.7	135	55.3	.498
3. Mıhlama veya Kuymak	233	95.5	11	4.5	.207
4. Kaygana	154	63.1	90	36.9	.483
5. Mısır Ekmeği (Cadi. Çadi)	222	91.0	22	9.0	.287
6. Gaviçi (Gaşil. Haşil. Papa)	75	30.7	169	69.3	.462
7. Silor (Ziron. Siron)	196	80.3	48	19.7	.398
8. Bişi/Pişi	222	91.0	22	9.0	.287
9. Hinkal (Hingel. Hinkali)	141	57.8	103	42.2	.494
10. Puçuko	100	41.0	144	59.0	.492
11. Artvin Döneri (Cağ Kebabı)	214	87.7	30	12.3	.329
12. Hamsili Pılav	217	88.9	27	11.1	.314
13. Hamsi Buğulama	209	85.7	35	14.3	.351
14. Turşu Kavurma	212	86.9	32	13.1	.338
15. Karalahana Sarması	227	93.0	17	7.0	.255
16. Dudey/Dudeyi	95	38.9	149	61.1	.488
17. Çarğ(h)ala (Pazı) Yemeği	139	57.0	105	43.0	.496
18. Laz Böreği	227	93.0	17	7.0	.255
19. Kayısefe	71	29.1	173	70.9	.455
20. Hasuta	93	38.1	151	61.9	.486
Toplam (n)			244		

Tablo 5. Artvin Yöre Gastronomisine Özgü Yemeklerin Menülerinde Bulunması Durumu

	Yöre Yemeklerinin Menülerde Bulunma Düzeyi	Menüde Var		Menüde Yok		s.s.
		f	%	f	%	
1.	Karalahana Çorbası	38	15.6	206	84.4	.363
2.	Cincar Çorbası veya Yemeği	10	4.1	234	95.9	.198
3.	Mıhlama/Muhlama/Kuymak	129	52.9	115	47.1	.501
4.	Kaygana	39	16.0	205	84.0	.367
5.	Mısır Ekmeği (Cadi, Çadi)	77	31.6	167	68.4	.465
6.	Gaviçi (Gaşıl, Haşıl, Papa)	11	4.5	233	95.5	.207
7.	Silor (Ziron, Siron)	48	19.7	196	80.3	.398
8.	Bişi/Pişi	80	32.8	164	67.2	.470
9.	Hinkal (Hingel, Hinkali)	31	12.7	213	87.3	.333
10.	Puçuko	10	4.1	234	95.9	.198
11.	Artvin Döneri (Cağ Kebabı)	51	20.9	193	79.1	.407
12.	Hamsili Pilav	31	12.7	213	87.3	.333
13.	Hamsi Buğulama	17	7.0	227	93.0	.255
14.	Turşu Kavurma	60	24.6	184	75.4	.431
15.	Karalahana Sarması	96	39.3	148	60.7	.489
16.	Dudey/Dudeyi	15	6.1	229	93.9	.240
17.	Çarğ(h)ala (Pazı) Yemeği	15	6.1	229	93.9	.240
18.	Laz Böreği	83	34.0	131	66.0	.474
19.	Kayısefe	11	4.5	233	95.5	.207
20.	Hasuta	8	3.3	236	96.7	.178
Toplam (n)		244 (100)				

bulundurduğu tespit edilmiştir. Bu durum Artvin ilinde yiyecek içecek hizmeti sunan en az beş işletmeden bir tanesinin yöreye özgü yemeklere menülerinde yer aldığı şeklinde ifade edilebilmektedir. Artvin ilinde yiyecek içecek hizmeti sunan işletmelerin %16'sının kaygana, %15,6'sının karalahana çorbası, %12,7'sinin hamsili pilav ve hinkal (hingel, hinkali), %7'sinin hamsili pilav, %6,1'inin dudey/dudeyi ve çarğ(h)ala (pazı) yemeğini menülerinde yer verdiği tespit edilmiştir. Son olarak ise Artvin ilinde yiyecek içecek hizmeti sunan işletmelerin %4,5'inin kayısefe ve gaviçi (gaşıl, haşıl, papa), %4,1'inin puçuko ve cincar çorbası veya yemeği ve %3,3'ünün hasuta yemeğini menülerinde bulundurduğu tespit edilmiştir. Bu durum yörede faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin belirli bir kısmının yöresel yemeklere menülerinde ağırlık verdiği şeklinde yorumlanabilmektedir.

Yöresel yemeklerden kuymak veya mıhlama, Laz böreği, mısır ekmeği, bişi veya pişi ve Artvin döneri yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde ağırlıklı olarak bulunmaktadır. Ancak bu yöresel yemeklerin dışında diğer yöreye özgü yemeklerin kısıtlı oranda bulunduğu görülmektedir. Dolayısıyla yiyecek içecek işletmelerinin diğer yöresel yemekleri bilmesi ve menülerinde bulundurulması hem yöre gastronomisinin tanıtılması hem de insanların farklı lezzetleri tanıması bağlamında önemli bir görev üstlendiği ifade edilebilmektedir. Artvin ilinin ilk coğrafi işaretli ürünü olan puçuko yemeği %4,1 gibi düşük bir oranda yiyecek içecek işletmelerinin menüsünde bulunmaktadır. Dolayısıyla coğrafi bir işaret almış bir yemeğin menülerde daha fazla yer alması gerekirken menülerde yer almaması düşündürücü bir durum olarak

değerlendirilebilmektedir. Bu bağlamda yöresel yemekler ile ilgili Hatipoğlu vd. (2013) tarafından yapılan çalışmada; bölgede bulunan yiyecek- içecek işletmelerinde yerel ürünlere yer verilmediğini tespit etmiştir. Kızılrımk vd. (2014) Trabzon Uzungöl'de yaptıkları başka bir çalışmada restoranların büyük bölümünün menülerinde yöresel yemeklerin bulunmadığını ifade etmiştir. Mil & Denk (2015) ise Erzurum Palandöken'de yaptıkları çalışmada işletmelerin menülerinde yöresel ürünlere kısmen yer vermelerine rağmen özellikle tedarik ve ekonomik kaygılar nedeniyle daha çok ulusal ve uluslararası ürünlere menülerinde yer verdiklerini ifade etmiştir. Ayrıca Büyükaşvarcı vd. (2016) yapmış oldukları Konya ilinde yaptığı çalışmada; bölgede faaliyet gösteren işletmelerin; ticari kaygı, yöresel ürünleri yapabilecek ustaların az olması, müşterilerin evlerinde yöresel yemekleri tükettikleri için bu ürünleri dışarıda tercih etmemesi gibi nedenlerden dolayı belirli yöresel yemekler dışında birçok yöresel yemeğe işletmelerinde yer verilmediğini ifade etmiştir. Dolayısıyla ilgili araştırmalar incelendiğinde yiyecek içecek hizmeti sunan işletmelerin bilinirlik, ekonomik, tedarik, tercih edilme gibi çeşitli nedenlerden kaynaklı yöre mutfaklarına olan ilgisinin yeterli düzeyde olmadığı şeklinde ifade edilebilmektedir.

4.4. Artvin'de Yiyecek İçecek Hizmeti Sunan İşletmelerin Yöre Gastronomisine Özgü Diğer Yemeklerin Menülerinde Bulunması Durumu

Artvin ilinde yiyecek içecek hizmeti sunan ve araştırmaya katılan işletmelerin yöreye özgü diğer yemeklerin menülerinde yer alma durumuna ilişkin sayısal verilere Tablo 6'da yer verilmektedir.

Tablo 6' da anket formunda yer almayan ancak menülerinde bulunan yöresel yemeklere ilişkin bulgular incelendiğinde Artvin ilinde yiyecek içecek hizmeti sunan işletmelerin en fazla %6,1'inin peynir veya minci (lor) tavalama ve hamsili ekmeği menülerinde bulduklarını tespit edilmiştir. Bu yemekleri sırasıyla %3,3 ile zurbiyet, %2,5 ile hamsi çorbası, %2,0 ile ev makarnası, %1,6 ile gendime, kesme ve tutmaç çorbası, %1,2 ile püshürük çorbası ve malahto, %0,8 ile lengir kebabı, fetir ve hamsi gevreği takip etmektedir. Bu durum yörede faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin belirli bir bölümünün yöresel ağırlıklı menülerinin olduğu şeklinde yorumlanabilmektedir. Dolayısıyla yiyecek içecek işletmelerinin yöreye özgü lezzetlere daha fazla yer vermesi gerekmektedir. Özellikle ilçe merkezleri başta olmak üzere yörede turizm merkezi olarak kabul edilen alanlarda yöresel ürün temalı işletmelerin oluşturulması yöre gastronomisi ve turizmüne önemli katkılar sağlayacaktır. Bu sayede geleneksel ve yöresel değerlere sahip çıkılması, unutulmaması, tanıtılması gibi pek çok açıdan önemleri faydalarının olacağı düşünülmektedir.

Tablo 6. Artvin Yöre Gastronomisine Özgü Diğer Yemeklerin Menülerinde Bulunması Durumu

Diğer Yöresel Yemeklerinin Menülerde Bulunma Düzeyi	Menüde Var	
	f	%
1. Peynir/Minci/Lor Tavalama	15	6.1
2. Hamsili Ekmek	15	6.1
3. Zurbiyet	8	3.3
4. Hamsi Çorbası	6	2.5
5. Ev Makarnası	5	2.0
6. Gendime Çorbası	4	1.6
7. Kesme Çorbası	4	1.6
8. Tutmaç Çorbası	4	1.6
9. Püshürük Çorbası	3	1.2
10. Malahto	3	1.2
11. Lengir Kebabı	2	0.8
12. Fetir	2	0.8
13. Hamsi Gevreği	2	0.8

5. Sonuç ve Öneri

Artvin'de faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerin yöresel yemek uygulamalarını incelemek amacıyla araştırma kapsamında ulaşılan sonuçlar şu şekilde sıralanabilmektedir.

Yiyecek içecek işletmeleri büyüklük, kapasite gibi nitelik özellikleri bakımından yetersiz olmasına rağmen son yıllarda nitelikli işletme sayısında artış olduğu görülmektedir.

Yiyecek içecek işletmelerini yabancı turist olarak en fazla Arap ülkeleri, Gürcistan, İran ve Azerbaycan'dan gelen turistler tercih etmektedir. Dolayısıyla Artvin, Arap ülkeleri için önemli bir destinasyon olmasının yanı sıra diğer ülkelere olan ulaşım kolaylığının etkisi bulunmaktadır.

Yiyecek içecek işletmelerinin uyguladığı servis şekli işletmeyi tercih eden bireyler, işletmenin büyüklüğü, hizmet türü gibi durumlara bağlı olarak farklılık göstermektedir. Ancak

işletmelerin servis şekli olarak en fazla alakart servis şeklini uygulamaktadır.

Yiyecek içecek işletmelerinin sırasıyla kuymak veya mıhlama, Laz böreği, karalahana sarması, mısır ekmeği, pişi/bişi, hamsili pilav, karalahana çorbası, Artvin döneri, turşu kavurma, hamsi buğulama ve silor/ziron/siron yemekleri en fazla bildikleri tespit edilmiştir. Dolayısıyla yiyecek içecek işletmeleri yöreye özgü süt ürünleri, karalahana, hamsi, hamur işi ve et yemeklerini bilmektedir.

Yiyecek içecek işletmelerinin bazı yemekleri bilmesine rağmen bazı yemekleri bilmedikleri görülmektedir. Bu durum yöre içerisinde farklılaşan bir gastronomi yapısının bulunduğu olarak ifade edilebilmektedir.

Yiyecek içecek işletmelerinin sırasıyla kuymak veya mıhlama, karalahana sarması, Laz böreği, pişi/bişi, mısır ekmeği, turşu kavurma, Artvin döneri ve silor/ziron/siron yemekleri en fazla olarak yapılmaktadır. Dolayısıyla yiyecek içecek işletmeleri menülerinde süt ürünleri, karalahana, hamur işi ve et yemeklerine öncelikli olarak yer vermektedir.

Yiyecek içecek işletmelerinin büyük bir bölümü Artvin iline özgü yemeklere menülerinde yer verdiğini belirtmesine rağmen genellikle yöreye özgü yemekleri menülerinde bulundurmaktadır.

Yöresel yiyecek içecek işletmelerinin sayısının yeterli düzeyde olmadığı görülmektedir. Dolayısıyla yöresel ürün temalı işletmelerin az olması yöre gastronomisinin tanınmasında olumsuz bir durum oluşturmaktadır.

Yiyecek içecek işletmelerinin yöreye özgü diğer yemekleri menülerde kısıtlı bir oranda bulundurduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla yöredeki işletmeler menülerinde Artvin gastronomisine yer vermekte ancak bu durumun istenilen düzeyde ve çeşitlilikte olmadığı görülmektedir.

Yiyecek içecek işletmelerinin bir yörenin gastronomi değerlerinin tanıtılması ve sürdürülebilir olmasında önemli bir sorumluluğu bulunmaktadır. Bu sebeple yöresel temalı işletmelerin nitelik ve sayısal olarak artırılması, yöredeki işletmelerin menülerinde yöreye özgü yemeklere daha fazla yer vermeleri ve yöresel yemeklerin yiyecek içecek işletmeleri için önemli bir pazarlama aracı olduğunun bilinmesi gerekmektedir. Ayrıca araştırmanın ilgili yazına ve diğer araştırmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Akdemir, N. & Selçuk, G. (2018). Yöresel Mutfağın Turizme Kazandırılması ve Bölgesel Kalkınmaya Katkısı: Sakarya Ölçeğinde Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(özel sayı), 2033-204.
- Akyürek, S. & Zeybek, H. İ. (2018). Gümüşhane İlinin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. *Social Sciences Studies Journal*, 4(15), 870-882.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, E. A. Karadeniz, Ş. & Demirel, F. (2008). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Pegem Akademi, Ankara.
- Büyüksalvarcı, 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.

- Çapar, G. & Yenipınar, U. (2016). Somut Olmayan Kültürel Miras Kaynağı Olarak Yöresel Yiyeceklerin Turizm Endüstrisinde Kullanılması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 100-115.
- Çokışler, N. & Türker, A. (2016). Mutfak Kültürünün Turizm Ürünü Olarak Kullanım Etkinliđinin İncelenmesi: Ayder Turizm Merkezi Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 6(14), 122-136.
- Çulha, O. & Dağkıran, S. (2016). Restoran İşletmelerinde Üst Düzey Çalışanlar Açısından Yöresel Yiyecekler: Fayda, Engeller ve Satın Alma Ölçütleri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(2), 195-212.
- Dilsiz, B. (2010). *Türkiye'de Gastronomi ve Turizm: İstanbul Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Di Pietro, R. B. & Campbell, J. (2014). The Influence Of Servicescape And Local Food Attributes On Pleasure And Revisit Intention In An Upscale-Casual Dining Restaurant. *Hospitality Review*, 31(4), 1-35.
- Dündar Arıkan, A. (2017). Eskişehir'deki Yiyecek İçecek İşletmelerinin Menülerinde Eskişehir Mutfağının Yeri. *Journal of Human Sciences*, 14(2), 2061-2077.
- Everett, S. & C. Aitchison (2008). The Role of Food Tourism in Sustaining Regional Identity: A Case Study of Cornwall. South West Englan. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 150-167.
- Hatipoğlu, A., Zengin, B., Batman, O. & Şengül, S. (2013). Yöresel Yemeklerin, Kırsal Turizm İşletmeleri Mönülerinde Kullanım Düzeyleri: Gelveri Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(1), 6-11.
- Karasar, N. (2002). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Nobel Akademik Yayın, Ankara.
- Kement, Ü., Koç-Apuhan, A., Kaplan, H., Varol, M., & Bürkek, M. (2018). *Gastro Kültür Bingöl*. İstanbul: Ođlak Yayıncılık.
- Kızılırmak, İ., Albayrak, A., & Küçükali, S. (2014). Yöresel Mutfağın Turizm İşletmelerinde Uygulanması: Uzungöl Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 4(1), 75-83.
- Mil, B. & Denk, E. (2015). Erzurum Yöresel Ürünlerinin Otel Restoran Menülerinde Kullanım Düzeyleri: Palandöken Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 5(2), 1-7.
- Oğan, Y. & Özkaya, F. D. (2018). Üniversite Çalışanlarının Yiyecek ve İçecek İşletmesi Tercihleri Üzerine Bir Araştırma. *International Artvin Symposium*, 18-20.10.2018, 895-914, Artvin.
- Raji, M. N. A., Ab Karim, S., Arshad, M. M. & Ishak, F. A. C. (2018). Community Development Through Food Tourism: Exploring the Utilization of Local Food as Community Development at Rural Destination in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(10), 937.
- Roberts, L. & Hall, D. (2001). *Rural Tourism And Recreation*. Cabi Publishing, New York.
- Sormaz, Ü. (2015). İstanbul'da Yiyecek İçecek Sektöründe Hizmet Veren İşletmelerin Türk Mutfağı Uygulamaları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 48-54.
- Sukenti, K., Hakim, L., Indriyani, S., Purwanto, Y. & Matthews, P. J. (2016). Ethnobotanical Study On Local Cuisine Of The Sasak Tribe In Lombok Island, Indonesia. *Journal of Ethnic Foods*, 3(3), 189-200.
- Şengül, S. & Türkay, O. (2016). Akdeniz Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(özel sayı), 186-99.
- Töre Başat, H., Sandıkçı, M. & Çelik, S. (2017). Gastronomik Kimlik Oluşturmada Yöresel Ürünlerin Rolü: Ürünlerin Satış ve Pazarlanmasına Yönelik Bir Örnek Olay İncelemesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(özel sayı2), 64-76.
- Yazıcıoğlu, Y. & Erdoğan, S. (2004). *Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Detay Anatolia Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Yıldız, B. (2018). Sınai Mülkiyet Kanunu Açısından Geleneksel Ürün Adları. *İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 9(1), 27-60.