

GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA ERZİNCAN İLİ YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE SUNULAN YÖRESEL YEMEKLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

A RESEARCH on LOCAL FOODS SERVED in ERZİNCAN FOOD and BEVERAGE BUSINESSES in the CONTEXT OF GASTRONOMY TOURISM

Dr. Öğr. Üyesi NECİBE ŞEN
Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi
necibe_emin@hotmail.com
ORCID: 0000-0002-4230-3961

Öğr. Gör. YENER SİLAHŞÖR
Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi
ysilahsor@hotmail.com
ORCID: 0000-0001-9819-8075



ABSTRACT

Anatolia has always been the focus of tourists with its historical and cultural wealth. In destinations, tourists want to experience culinary cultures in addition to visiting places. Gastronomic tourism has emerged and is evolving along with taking the consideration of this demand. On travels, attention is paid to the fact that the content of the food is made up of local delicacies. Besides requests for local food tours (gastronomic tours) are observed. In this research, food and beverage enterprises which have an importance in recognizing local cuisine are discussed. In these enterprises, the reflections of local dishes and products on the menus are examined. The research involve food and beverage businesses in Erzincan province. Research data were obtained from structured questionnaires directed to business managers. As a result of the research, the opinions of the business managers about the local foods were given. Moreover, local dishes highlighted in the province of Erzincan are revealed.

Keywords: Gastronomic Tourism, Local Cuisine, Local Restaurant, Erzincan.

ÖZ

Anadolu, tarihi ve kültürel zenginlikleri ile her dönem turistlerin ilgi odağı olmuştur. Destinasyonlarda turistlerin gizelecek yerleri ziyaret etmenin yanında yörenin mutfak kültürünü de deneyimlemek istemektedir. Bu talebin dikkate alınması ile birlikte gastronomi turizmi ortaya çıkmış ve gelişmektedir. Seyahatlerde yemek içeriğinin yöresel lezzetlerden oluşturulmasına dikkat edilmektedir. Bunun yanında sadece yöresel yemek turları (gastronomi turları) talebi de gözlemlenmektedir. Bu araştırmada yerel mutfağın tanınmasında önemli bir yere sahip olan yiyecek içecek işletmeleri ele alınmıştır. Bu işletmelerde yöresel yemeklerin ve ürünlerin menülere yansımaları incelenmiştir. Araştırma Erzincan ilindeki yiyecek içecek işletmelerini kapsamaktadır. Araştırma verileri işletme yöneticilerine yöneltilen yapılandırılmış anket sorularından elde edilmiştir. Araştırma sonucunda işletme yöneticilerinin yöresel yemeklere yönelik görüşlerine yer verilmiştir. Ayrıca, Erzincan ilinde öne çıkan yöresel yemekler ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Turizmi, Yerel Mutfak, Yerel Restoran, Erzincan.

GİRİŞ

Turizm dünyadaki tüm değişim ve gelişmelerden etkilenen bir olgudur. Birçok disiplin ile ilişkili olmasıyla birlikte bu alanlardaki yeniliklerin yansımalarını gözlemlemekteyiz. Ulaşımındaki kolaylıklar ve gelir düzeyinin artışı ile tüketiciler farklı deneyimler için daha uzak noktalara rahatlıkla seyahat edebilmektedir. Turistlerin seyahatlerini organize ederken mutlaka ulaşım, konaklama ve yiyecek hizmetlerinden faydalanırlar. Bu hizmetleri kendileri organize ederken veya seyahat acenta paket turlarını satın alırken dikkat ettikleri önemli bir nokta da destinasyona özgü yemekleri deneyimleme imkânıdır. Ziyaret edilen kültürünün bir yansıması olarak yöre yemekleri merak edilmektedir. Düzgün ve Durlu Özkaya (2015) turistlerin, destinasyonda meşhur olan ve orayla bütünleşmiş yiyecekleri tadabilmek, üretim yerlerini ve aşamalarını gözlemleyebilmek için o bölgeleri tercih etmeye başladıklarını belirtmiştir. Ayrıca yemek kültürünü görmek için buralara gelen turistlerin bölgede bulunan alternatif turizm kaynaklarının gelişimine ve dolayısıyla bölge ekonomisinin gelişimine katkı sağlamaktadır. Son zamanlarda sürdürülebilir turizm uygulamaları dikkat çekmektedir. Doğal, sosyal ve ekonomik kaynakların gelecek nesillere korunarak aktarılması gerekliliği mutfak kültürü içinde geçerlidir. Düzgün ve Durlu Özkaya (2015) mutfak kültürünün Türkiye'nin tüm bölgelerinde farklılık gösterdiğini, bu kültürel zenginliğin korunarak sürekliliğinin sağlanmasının zorunlu olduğunu belirtmiştir. Bunu sağlamak adına çeşitli kültürlerden beslenmiş olarak günümüze ulaşan yöresel kültürün bu güzel etkileşiminin devam edebilmesi için diğer bölgelerdeki Türk halkıyla ve uluslararası diğer toplumlarla paylaşılması, tanıtılması gerekmektedir. Mevcut durumun ortaya konulması için öncelikli olarak yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, halk ve diğer yerel paydaşlarla birlikte yöresel yemek envanterleri çıkartılmalıdır. Böylelikle yöresel yemekler üzerinde çalışma yapılabilecektir. Yiyecek içecek işletmeleri ve konaklama işletmeleri bu bilgilerden faydalanarak tüketicilere yönelik yöresel yemek ve ürünler ortaya koyabileceklerdir.

Bu araştırmanın amacı, Erzincan ilinde bulunan yiyecek ve içecek işletmelerinin gastronomi turizminin temelini oluşturan yöresel yemeklere menülerinde yer verme durumlarının tespit edilmesidir. Bu amaç doğrultusunda Erzincan'da bulunan turistik yiyecek içecek işletmelerinin yöneticileri ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Yöresel yiyecekler çorbalar, yemekler, tatlılar, ürünler ve meyveler dikkate alınarak değerlendirilmiştir. Ayrıca yöneticilerin yöresel yemeklere yönelik tutumları değerlendirilmiştir.

Gastronomi Turizmi

Gastronomi Turizmi
Kapsamında Erzincan
İli Yiyecek İçecek
İşletmelerinde
Sunulan Yöresel
Yemekler Üzerine Bir
Araştırma

• 416

Türk Dil Kurumu(2018)'e göre gastronomi terimini “yemeği iyi yeme merakı” ve “sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi” şeklinde tanımlamıştır. Çeşitli araştırmalarda benzer ifadelerle gastronomi açıklanmıştır. Santich (2004) çalışmasında bilim ve sanat kelimeleriyle ilişkilendirirken, Keskin, Örgün ve Akbulut (2017) gastronomi eğitimi alan öğrencilerden elde ettiği bilgiler doğrultusunda sanat, mutfak, yemek ve kültür kelimeleri ile ilişkilendirildiğini göstermiştir. Ayrıca gastronominin sanatsal bir unsur, sosyolojik bir yapı ve aynı zamanda ticari bir faaliyet olduğu belirtilmiştir. Çalışkan (2013), gastronominin kapsamını yiyecek içecek çeşitleri, yiyecek ve içeceklerin üretimi, sunumu ve tüketimi, gıdaların fizyolojisi, mikrobiyolojisi, beslenme, yeme içme alışkanlıkları ve eğilimleri ve restoran yönetiminden oluştuğunu belirtmiştir. Yukarıda belirtilen ifadeler doğrultusunda gastronominin turizm ile bütünleşik bir kavram olduğunu söylenebilir. Bu birleşimden doğan gastronomi turizmi kavramı Çalışkan (2013)'ın çalışmasında, turistin tatil deneyiminde kültürel ve yerel tatları, kokuları ve dokuları tanıma ve yaşama olanağı sunarak onlara benzersiz bir yiyecek ve içecek deneyimi sağlayan turizm çeşidi olarak tanımlanmıştır. Gastronomi turizmi, kişilerin farklı yiyecek-içecekleri tatma, üretim sürecini görme, değişik kültürleri mutfak geleneklerini inceleyerek öğrenme, yeni öğün sistemleri ve yeme stillerini keşfetme gibi istekleri doğrultusunda gerçekleştirilen, seyahat ve konaklamayı da kapsayan bir ilişkiler bütünüdür ve yapılacak olan seyahatin hedefinde; bir bölge, bir yiyecek-içecek işletmesi ya da bir festival olabileceği gibi daha özele indirgenerek bir şefin yemekleri de bulunabilmektedir (Sarışık & Özbay, 2015, s. 267). Kısacası, gastronomik değerlerin turizm tüketicileri olan turistler tarafından talep edilmesi ve turizm işletmeleri ve yerel paydaşlar tarafından var olan bu talebi karşılamaya yönelik ortaya konulan tüm faaliyetler gastronomi turizmi olarak açıklanabilir.

Nebioğlu (2017) gastronomi turizmi ürünlerini, bir bölgeye özgü bir yiyecek içecek ürünü, bu ürünlerin sunulduğu restoran işletmesi gibi tesisler, bu ürünlerin sunulduğu festival gibi etkinlikler ya da bu ürünlerin üretildiği yerlere yapılan ziyaretlerden (turlar) şeklinde sınıflandırmıştır. Sarışık ve Özbay (2015) gastronomi turistlerinin seyahat etmek için üç temel motivasyon sebebinin olduğunu belirlemiştir. Birincisi, farklı yiyecek-içecekleri tatma ve üretim sürecini görme, ikincisi değişik kültürleri mutfak

geleneklerini bizzat gözlemleyerek öğrenme ve üçüncüsü yeni öğrenme sistemleri ve yeme stillerini keşfetme şeklindedir.

Toksöz ve Aras (2016), seyahate çıkan turistlerin %88,2 si gibi büyük bir çoğunluğunun destinasyon tercihlerinde yiyecek ve içeceğin önemli bir etken olduğunu belirtmiştir.

Zengin bir mutfak kültürüne sahip olan Türkiye gastronomi turizmi açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Gastronomi Turizmiyle ilgili Türkiye’de yapılan çalışma sayısı son yıllarda artış göstermiştir. Gürsoy (2017) çalışmasında, Gastronomi Turizmüne yönelik değerlerin korunabilmesi için birincil olarak Giresun yöresi yemeklerine ait envanter çıkartılması gerektiğini belirtmiştir. Yemeklerin sürdürülebilirliğinin sağlanması için reçeteler hazırlanması gerektiğini ve bunların yerel restoranlar ve konaklama işletmelerinin menülerinde dâhil edilerek yöre ekonomisine katkı sağlanabileceğini ve böylelikle gelecek nesillere aktarılabilirliğini belirtmiştir. Başaran (2017) çalışmasında, Rize yöresel lezzetlerin özellikleri, bileşimi, tüketim şekli hakkında bilgiler vermiştir. Bu lezzetlerin kayıt altına alınması, gelecek nesillere aktarılması, coğrafi işaret tescilleri için farkındalık yaratılması ve gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi gerektiğini belirtmiştir. Sormaz (2017) yerel yöresel mutfakların tanıtımında önemli yere sahip olan yerel restoranlar üzerine Konya’da gerçekleştirdiği araştırmada önemli sonuçlar elde etmiştir. Turistik restoranların türk mutfağı ve yöresel mutfak yemeklerine menülerinde yer vermedikleri belirlenmiştir. Türkiye’ye gelen turistlerin türk yemeğı olarak kebablar ve yağlı ağır yemekler dışında başka yemekleri bilmedikleri ortaya konmuştur. Altaş (2017) ülke tanıtımında gastronomik öğelerin öneminden bahsetmiş ve yiyecek içecek odaklı seyahat eden gastro turistlerin taleplerine değinmiştir. Bu talepler sadece yeme içme olarak görülmemekte bunun yanında ürünlerin üretim aşamalarının görülmesi, üretime bizzat katılmak, ünlü şeflerden eğitim almak gibi çeşitlendirilmiştir.

Altaş (2017) “Home: Turkey” tanıtım afişinde yer alan gastronomik öğelerin baklava, kestane şekeri, Türk kahvesi, Türk çayı, ayran, incir ve fındıktan oluştuğunu göstermiştir. Ülke tanıtımında gastronomik öğelerin kullanılması gastronomiye verilen önemi göstermektedir. Destinasyonlarda var olan bu öğelerin tanıtımı yapıldığı müddetçe değeri anlaşılır ve dolayısıyla talep görür. Bölgelerin sahip olduğu gastronomik çekiciliklerin kullanılarak yapılan festivallerde bir tanıtım vasıtası olarak turizm hareketliliğini artırmakta ve rekabet üstünlüğü sağlamada büyük önem taşımaktadır (Kargiglioğlu & Kabacık, 2017). Erdem ve Akyürek (2017)

yaşayan mutfaklar üzerine gerçekleştirdikleri çalışmalarında, konaklama işletmelerinde yaşayan mutfak uygulamalarını sıralamıştır. Bunlar, şefle bir gün, canlı yayın uygulaması, çocuklarla yemek yapma uygulaması, mutfak yemek yarışmaları, yemek festivalleri, yöresel aktiviteler ve gastronomik turlar şeklindedir. Bu uygulamaların hepsi turistlere eğlenceli zaman geçirmek ve ayı zamanda bölge yemek kültürünü öğrenerek deneyimleme fırsatı sağlamaktadır. Birdir ve Akgöl (2015) Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerini değerlendirmiştir. Sonuçlar, turistlerin büyük çoğunluğunun (%72,2) sadece yerel yiyecekler sunan restoranları tercih ettiklerini ve Türkiye'nin yerel içkilerini tecrübe ettiklerini (%48,8) göstermiştir. Yine bu araştırmaya göre turistlerin Türkiye'yi tercih etme sebepleri arasında ilk olarak tarihi ve doğal güzellikler (%57,3) yer alırken, ikinci Türk halkını tanıma isteği (%45,7) ve üçüncü sırada türk mutfağına özgü yemekleri tatmak (28,7) yer almıştır ki bu azımsanmayacak bir oran olarak görülmüştür. Yabancı turistlerin büyük bir kısmı (93,2) ülkelerine döndüklerinde Türk gastronomisine ilişkin bilgi vereceklerini belirtmiştir. Bu durum gastronomi turizminin gelişimi için güzel bir bulgudur.

• 418

Çapar ve Yenipınar (2016) çalışmalarında, turistlerin destinasyon tercihlerinde kültürel kimliğin ifadesi olan yöresel yiyeceklerin önemli bir etken olduğunu ve turizm amaçlı kullanılmasıyla bölgeye olumlu birçok katkı sunduğu ancak ticari kaygılarla taklit ve aslına uygun olmayan uygulamaların kültürel yozlaşmaya neden olduğu görülmüştür. Özleyen ve Tepeci (2017) Manisa'da yöresel yemeklerin turizm gelişimine katkısını belirlemek amacıyla sektör temsilcileriyle gerçekleştirdikleri çalışmada, yöresel yemeklerin tanınırlığının az olduğunu ve bölge lokanta ve otel işletmelerinin menülerini oluştururken yöresel yemeklere fazla yer vermediği tespit edilmiştir. Gastronomi turizminin gerçekleştirilebilmesi için yiyecek içecek işletmelerinin yöresel lezzetlere yer vermesi gerekmektedir.

Gastronomi destinasyon seçiminde önem verilen bir faktördür. Destinasyona yeni turistlerin çekilmesini sağlayabilir. Yerel kültürü deneyimleme aracıdır. Turist deneyimine değer katar. Turist harcamalarını arttırır. Kalış süresini ve sezonu uzatır. Turistlerin destinasyonu tekrar ziyaret etmelerinde etkili faktörlerden biridir. Yerel tarım ve hayvancılığın gelişmesine katkı sağlar (Çalışkan, 2013, s. 45). Gastronomi turizminin tüm bu faydalarının yerel paydaşlar tarafından dikkate alınmalı ve bu doğrultuda hareket edilmelidir.

Erzincan ve Yöresel Yemekleri

Erzincan, Doğu Anadolu Bölgesinin Yukarı Fırat Bölümünde yer almaktadır. Erzincan'ın doğusunda Erzurum, güneydoğusunda Bingöl, kuzeyinde Gümüşhane ve Bayburt illeri, kuzeybatısında Giresun, batısında Sivas, güneyinde Tunceli ve güneybatısında Elazığ ve Malatya illeri yer almaktadır. Erzincan etrafını Keşiş Dağları, Munzur, Otlukbeli- Karadağ, Serçelik Dağları, Esence Dağları ve Coşar Dağı bulunmaktadır. Erzincan'ın sulak ve verimli ovası tarım ve hayvancılığa dayalı zengin bir ekonomi oluşturmuştur. Ovada çeşitli türde meyve bahçeleri dikkat çekerken yaylalarında hayvancılık ve buna bağlı olarak süt ve süt ürünleri üretimine elverişli ortam bulunmaktadır. Genel anlamda bölgelerin coğrafi yapısı, iklimi ve kültürü yöresel yemeklerinin çeşitliliğini ve içeriğini etkilemektedir.

Türk mutfağını, çorbalar, sebze yemekleri, et yemekleri, zeytinyağlı yemekler, hamur işi ürünler, kuru baklagilli yemekler, salatalar ve tatlılar oluşturmaktadır (Başaran, 2017). Erzincan Mutfağı, genel olarak tahıllara ve özel olarak buğday ve hamur işlerine, et, süt, yoğurt gibi hayvansal ürünlere, kurutulmuş meyve ve ürünlerine, sebze ve otlara dayalı ve tencere yemekleri ağırlıklı tipik Anadolu Mutfağı'dır (Yelegen, 2015b). Erzincan yemekleri ile ilgili detaylı bir araştırma yapan Sara Yelegen " Erzincan Mutfak Kültürü ve Yemekleri" kitabını (2015a) yayınlamakla önemli katkı sağlamıştır. Yelegen'in Turizmde Gastronomi Mekanları dergisine verdiği röportajda (2015b) Erzincan ilinin önde gelen yemek ve içeceklerini, un çorbası (Erzincan çorbası), bamya çorbası, ekşili (eşgili), badişli çorba, kör dolma, tarhana çorbası, erikli yaprak dolması, kara kabak dolması-sarması, lövlez (güveçte barbunya fasulye yemeği), kızartma (et), gendime pilavı, erişte pilavı, üzümlü pilav, kıymalı su böreği, kete, üzümlü börek, kaplama çeşitleri, dut hoşafı, kayısı kasefesi, çökellik piyazı, elma dolması, lüle baklava, reyhan şerbeti, gül şerbeti şeklinde sıralamıştır.

Çalışkan (2013) gastronomi turizminin, yöresel yemeklerin bölgenin kültürel kimliğini ve mirasını yansıtmada önemli bir aracı olduğunu belirtmiştir. Bu durum yerel destinasyona rekabet avantajı sağlayarak sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır. Durlu Özkaya, Sünnetçioğlu ve Can (2013), sürdürülebilir gastronomi turizmi için coğrafi işaretlemenin önemli bir faktör olduğunu ortaya koymuştur. Çünkü coğrafi işaretleme sistemi yöresel ve yerel değerler ile geleneksel gastronomik mirası koruma altına alarak, yerel tarımsal faaliyetleri destekleyen, yöresel ürünlere ekonomik değer katan ve coğrafi işareti alan bölgenin tanıtımını sağlayan bir sistemdir. Şehre ait coğrafi işaretlerin belirlenmesi için paydaşlar sürece

dahil edilmelidir. Bu araştırmayla önemli bir paydaş olarak görülen yöneticiler Erzincan ilinin yöresel yemeklerini ortaya koymuştur.

YÖNTEM

Araştırma, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından yayınlanan il tanıtım kataloğunda yer alanlar başta olmak üzere şehir merkezindeki toplamda 17 turistik yiyecek ve içecek işletmesini kapsamaktadır. Çalışmada veri toplama amacıyla işletme yöneticilerine yüz yüze görüşme yöntemiyle yapılandırılmış soru formu uygulanmıştır. Soru formunun ilk 9 sorusu Sormaz (2017)'nin çalışmasından faydalanılarak Erzincan iline uyarlanmıştır. İşletmelerin yapısal özelliklerine ve işletmenin servis sistemi özelliklerini belirleme amaçlı yöneltilmiştir. Devamında işletmelerin menülerinde yöresel çorba, yemekler, tatlılar, ürünler ve meyveler bulunup bulunmadığına yönelik kapalı uçlu sorular yöneltilmiştir. İşletmelerinde yöresel yiyeceklere yer verildiğini belirten işletme yöneticilerine hangi yöresel yiyecekler olduğunu belirlemeye yönelik çeşitli açık uçlu sorular yöneltilmiştir. İşletme yöneticilerinin yöresel yemeklerin önemine yönelik tutumlarını belirlemek amacıyla 11 özgün ifade yöneltilmiştir. Yöneticilerden "Tamamen Katılmıyorum", "Katılmıyorum", "Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum", "Katılıyorum" ve "Tamamen Katılıyorum" seçeneklerine katılım düzeyini belirtmesi istenmiştir. Soru formunun son bölümünde Erzincan ilinin gastronomi turizmi potansiyelini belirlemeye yönelik sorular yer almıştır. Verilerin analizinde paket programdan yararlanılmıştır.

BULGULAR

Yöneticilerin görevi ile Yiyecek ve içecek işletmelerinin özellikleri Tablo 1'de gösterilmiştir. Tablo 1'de görüldüğü üzere araştırmaya katılan yöneticilerinin %64,7'lik kısmını oluşturan 11 kişi işletme sahibi, %29,4'lük kısmı oluşturan 5 kişi müdür ve %5,9'luk kısmı oluşturan 1 kişi departman şefidir. İşletmelerin %5,9'luk kısmını oluşturan bir işletme ulusal zincir sahiplik yapısına sahipken %94,1'lik kısmını oluşturan 16 işletme bağımsız olarak işletilmektedir. İşletmelerin %11,8'lik kısmını oluşturan 2 işletme Turizm İşletme Belgeli, %88,2'lik kısmını oluşturan 15 işletme Belediye İşletme belgesine sahiptir. İşletmelerin %70,6'lık kısmını oluşturan 12 işletmenin şubesi bulunmamaktadır, %23,5'ini oluşturan 4 işletme 1-3 şubeli iken, %5,9'unu oluşturan 1 işletme 7-9 şubelidir. İşletmelerin %5,9'luk kısmını oluşturan 1 işletme 1 yıldan az süredir sektörde hizmet vermektedir, %23,5'lik kısmını oluşturan 4 işletme 1-4 yıl, %29,4'lük kısmını ifade eden 5 işletme 5-9 yıl, %23,5'lik kısmını oluşturan 4 işletme 10-14 yıl, %17,6,5'lik kısmını oluşturan 3 işletme 15 yıldan fazla sektörde hizmet vermiştir. İşletmelerin %29,4'lük kısmını oluşturan 5 işletmede çalışan

**Gastronomi Turizmi Kapsamında Erzincan İli Yiyecek İçecek İşletmelerinde Sunulan
Yöresel Yemekler Üzerine Bir Araştırma**

personel sayısı 10 kişiden azdır, %41,2'lik kısmını oluşturan 7 işletmede personel sayısı 10-20 kişi arasındayken, %17,6'lık kısmını oluşturan 3 işletmede 21-30 kişi çalışmaktadır ve %11,8'ini ifade eden 2 işletmede 31 kişiden fazla personel çalışmaktadır.

Tablo 1: Yönetici Görevi ve Yiyecek İçecek İşletmesi Özellikleri

		Frekans	Yüzde (%)
Yöneticinin Görevi	İşletme Sahibi	11	64,7
	Müdür	5	29,4
	Departman Şefi	1	5,9
İşletmenin Sahiplik Yapısı	Ulusal Zincir	1	5,9
	Bağımsız	16	94,1
Belge Sahiplik Durumu	Turizm İşletme Belgeli	2	11,8
	Belediye İşletme Belgeli	15	88,2
Şube Sayısı	Şubesi Yok	12	70,6
	1-3 Şubeli	4	23,5
	4-9 Şubeli	1	5,9
Sektörde Hizmet Verme Yılı	1 yıldan az	1	5,9
	1-4 yıl	4	23,5
	5-9 yıl	5	29,4
	10-14 yıl	4	23,5
	15 yıldan fazla	3	17,6
Çalışan Personel Sayısı	10 kişiden az	5	29,4
	10-20 kişi	7	41,2
	21-30 kişi	3	17,6
	31 ve fazlası	2	11,8
Uygulanan Yönetim	İşletme Sahibi/ Aile Şirketi	14	82,4
	Departman Şefleri/ İşletme Müdürü	3	17,6
Restoranda Uygulanan Servis Sistemi	A'la Carte	12	70,6
	Fix Menü	2	11,8
	Diğer	3	17,6
Toplam		17	100

Necibe Şen, Yener
Silahşör 2 (Ek.1)
2018

İşletmelerin %82,4 kısmını ifade eden 14'ü işletme sahibi/Aile şirketi olarak yönetilmektedir ve %17,6'lık kısmını ifade eden 3 işletme Departman şefleri/ İşletme müdürü tarafından yönetilmektedir. İşletmelerin %70,6'lık kısmını oluşturan 12 işletme A'la Carte servis sistemine sahipken %11,8'lik kısmını ifade eden 2 işletme fix menü ve %17,6'yı temsil eden 3 işletme diğer servis sistemlerini kullanmaktadır.

**Gastronomi Turizmi
Kapsamında Erzincan
İli Yiyecek İçecek
İşletmelerinde
Sunulan Yöresel
Yemekler Üzerine Bir
Araştırma**

"Menünüzde *yöresel çorba* var mıdır?" sorusuna yöneticilerin %47,1'lik kısmını oluşturan 8 yönetici evet, %52,9'luk kısmını ifade eden 9 işletme yöneticisi hayır cevabı vermiştir. Evet cevabı veren yöneticilere "Menünüzde bulunan yöresel çorbalar nelerdir? sorusu yöneltildiğinde 7 yönetici yerel halk arasında "kesme çorbası" olarakta bilinen "un çorbası"nı menülerinde bulduklarını belirtmiştir. Bunun yanında iki yönetici "ayran çorbası", birer yöneticide "düğün çorbası", "gendime çorbası" ve "bamyacı çorbası" şeklinde cevaplandırmıştır.

• 422

"Menünüzde *yöresel yemekler* var mıdır?" sorusuna yöneticilerin %58,8'lik kısmını oluşturan 10 yönetici evet, %41,2'lik kısmını ifade eden 7 işletme yöneticisi hayır cevabı vermiştir. Evet cevabı veren yöneticilere "Menünüzde bulunan yöresel yemekler nelerdir? sorusu yöneltildiğinde 2 yönetici "etli yaprak sarma", 2 yönetici "et döner", 2 yönetici "su böreği (etli)" şeklinde cevaplandırırken, birer yönetici "dut çullaması", "keşkek", "tirit", "gendime pilavı", "kavurma", "mumbar dolması", "pazı dolması" isimli yemekleri sunduklarını belirtmiştir.

"Menünüzde *yöresel tatlılar* var mıdır?" sorusuna yöneticilerin %58,8'lik kısmını oluşturan 10 yönetici evet, %41,2'lik kısmını ifade eden 7 işletme yöneticisi hayır cevabı vermiştir. Evet cevabı veren yöneticilere "Menünüzde bulunan yöresel tatlılar nelerdir? sorusu yöneltildiğinde 4 yönetici "kasefe" şeklinde cevaplandırırken, iki yönetici "kabak tatlısı", birer yönetici "Erzincan lokumu", "pestil çullaması", "kadayıf" ve "sütlaç" şeklinde cevaplandırmıştır.

"Menünüzde *yöresel ürünler* var mıdır?" sorusuna yöneticilerin %64,7'lik kısmını oluşturan 11 yönetici evet, %35,3'lük kısmını ifade eden 6 işletme yöneticisi hayır cevabı vermiştir. Evet cevabı veren yöneticilere "Menünüzde bulunan yöresel ürünler nelerdir? sorusu yöneltildiğinde 7 yönetici "tulum peyniri" şeklinde cevaplandırırken, 2 yönetici "bal", 2 yönetici "et döner", birer yöneticide "tereyağ" ve "çökelek" şeklinde cevaplandırmıştır.

"Menünüzde *yöresel meyveler* var mıdır?" sorusuna yöneticilerin %47,1'lik kısmını oluşturan 8 yönetici evet, %52,9'luk kısmını ifade eden 9 işletme yöneticisi hayır cevabı vermiştir. Evet cevabı veren yöneticilere "Menünüzde bulunan yöresel meyveler nelerdir? sorusu yöneltildiğinde 7 yönetici "cimin üzümü" cevabını verirken, 3 yönetici "karatuş karpuzu", birer yöneticide "kiraz", "dut kurusu" şeklinde cevaplandırmıştır.

"İşletmenizde *kahvaltı hizmeti* verilmekte midir?" sorusuna yöneticilerin %52,9'luk kısmını oluşturan 9 yönetici evet, %47,1'lik kısmını ifade eden 8 işletme yöneticisi hayır cevabı vermiştir. Evet cevabı veren yöneticilere "Kahvaltınızda bulunan yöresel ürünler nelerdir? sorusu yöneltildiğinde 8 yönetici öncelikli olarak "tulum peyniri" cevabını vermiştir. 5 yönetici "bal", 4 yönetici "tereyağ", 2 yönetici "çökelek", birer yöneticide "reçel", "köy yumurtası", "kuzuiçi", "dut kurusu", "kuru kayısı" ve "lavaş ekmeği" cevabını vermiştir.

"Daha önce menünüzde yöresel yemek, tatlı, ürünler vb. bulundurdunuz mu?" sorusuna yöneticilerin %47,1'lik kısmını oluşturan 8 yönetici evet, %52,9'luk kısmını ifade eden 9 işletme yöneticisi hayır cevabı vermiştir. Evet cevabı veren yöneticilere deneyim sonrası mevcut durumlarını ifade etmeleri istendiğinde, 4 yönetici "hala menümüzde yer vermeye devam ediyoruz" şeklinde cevap vermişlerdir. Bir yönetici "beklediği geliri sağlamadığından artık satışını yapmıyoruz", diğer bir yönetici "ürünün dayanıklı değildi, devam edemedik", diğer bir yönetici "talep olduğunda yapıyoruz" ve başka bir yönetici de "talep görmedi ve vazgeçtik" şeklinde cevaplandırmıştır. Hayır cevabı veren yöneticilere "Neden bulundurmadınız? sorusu yöneltilmiştir. 3 yönetici "talep olmadığından bulundurmadık" cevabını verirken, diğer yöneticiler "denemedik", "düşünmedik", "menüde değişiklik yapmamak için", "Misafirlerin çoğu yöresel yemekleri evde yiyebilmektedir, restorantta yemeği tercih etmedikleri için yapmadık. Ancak son iki yıldır yöresel tatları deneyimlemek isteyenler artmıştır" şeklinde cevaplandırılmıştır.

"İşletmenizde yöresel yemekler/ürünler talep edilmekte midir?" sorusuna yöneticilerin %47,1'lik kısmını oluşturan 8 yönetici evet, %52,9'luk kısmını ifade eden 9 işletme yöneticisi hayır cevabı vermiştir. Evet cevabı veren yöneticilere "İşletmenizden talep edilen yöresel ürünler/ yemekler/ tatlılar vb. nelerdir?" sorusu yöneltilmiştir. Yöneticiler birden fazla yemek belirtebilmektedir. 3 yönetici "etli yaprak sarması", 2 yönetici "un çorbası", 2 yönetici "su böreği (etli)", 2 yönetici "kasefe", bir yönetici "et döner ve

kavurma", diğer bir yönetici de "katmer (yağlı ekmek)" şeklinde cevaplandırmıştır.

Tablo 2'de işletme yöneticilerinin yöresel yemekler ile ilgili görüşlerine yer verilmiştir.

Tablo 2: Yiyecek ve İçecek İşletmesi Yöneticilerinin Yöresel Yemekler Hakkındaki Görüşleri

Gastronomi Turizmi
Kapsamında Erzincan
İli Yiyecek İçecek
İşletmelerinde
Sunulan Yöresel
Yemekler Üzerine Bir
Araştırma

Yönetici Görüşleri	Ortalama	SS
İşletmede yöresel yemeklerin sunulması gerektiğine inanırım.	3,76	1,2
İşletmede yöresel yemeklerin satışı şehrin tanıtımına destek olur.	4,06	0,9
Yiyecek içecek işletmelerinde yöresel yemeklerin tüketicilere sunulması yemek kültürünün gelecek nesillere aktarılması için önemlidir.	4,18	0,8
Yiyecek içecek işletmelerinde yöresel yemeklerin turistlere sunulması şehrin imajı açısından önemlidir.	4,29	0,9
Yöresel yemeklerin yiyecek işletmelerinin menülerine konulmalıdır.	3,88	0,8
İşletmede sunulan yöresel yemeklerin kar oranını arttırmada etkili olduğuna inanıyorum.	3,24	1,0
Yöresel yemeklerin yapımında kullanılan yöresel malzemeleri bulmakta zorlanmıyorum.	3,18	1,2
Her ilin marka yöresel yemeği olmalıdır/ belirlenmelidir.	4,12	1,1
Yerel yönetimlerin Erzincan yöresel yemeklerinin tanıtımına desteği bulunmaktadır.	2,71	1,5
Erzincan yöresel yemekleri unutulmaya yüz tutmuştur.	3,71	1,1
Yiyecek içecek işletmeleri yöresel yemeklerin unutulmaması için menülerinde onlara yer vermelidir.	4,06	0,7

1=Tamamen Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3=Ne Katılıyorum Ne katılmıyorum, 4= Katılıyorum, 5=Tamamen Katılıyorum

Tablo 2'de görüldüğü üzere en düşük aritmetik ortalama "Yerel yönetimlerin Erzincan yöresel yemeklerinin tanıtımına desteği bulunmaktadır" (2,71) ifadesindedir. En yüksek aritmetik ortalama ise "Yiyecek içecek işletmelerinde yöresel yemeklerin turistlere sunulması şehrin imajı açısından önemlidir" (4,29) ifadesine aittir. Yöneticilerin yüksek

oranda katıldıklarını belirttikleri ifadeler sırasıyla "Yiyecek içecek işletmelerinde yöresel yemeklerin tüketicilere sunulması yemek kültürünün gelecek nesillere aktarılması için önemlidir" (4,18), "Her ilin marka yöresel yemeği olmalıdır/ belirlenmelidir" (4,12), "İşletmede yöresel yemeklerin satışı şehrin tanıtımına destek olur" (4,06), "Yiyecek içecek işletmeleri yöresel yemeklerin unutulmaması için menülerinde onlara yer vermelidir" (4,06) şeklindedir.

İşletme yöneticilerine "Gastronomi Turizmi terimini duydunuz mu?" sorusu yöneltilmiştir. Yöneticilerin %58,8'lik kısmını ifade eden 10 kişi evet cevabı verirken, %41,2'lik kısmı ifade eden 7 kişi hayır cevabı vermiştir. Yöneticilere "Gastronomi Turizmi deyince aklınıza gelen ilk kelimeler nelerdir?" sorusu yöneltildiğinde "yemek", "gezi", "mutfak kültürü", "yerel yiyecekler", "yöresel yemekler için seyahat", "yemek kültürü", "yöresel yemekler", "yemek için gezi" kelimeleri kullanılmıştır.

**Necibe Şen, Yener
Silahşör 2 (Ek.1)
2018**

Yöneticilere "Erzincan bir gastronomi turizm merkezi olabilir mi? Neden?" soruları yöneltilmiştir. Yöneticilerin %41,2'lik kısmını ifade eden 7 kişi evet cevabı verirken, %58,8'lik kısmı ifade eden 10 kişi hayır cevabı vermiştir. Evet cevabı veren yöneticiler sebebini "yemek kültürümüz çok geniş olduğu için", "et döner Erzincan'a özgü bir tat haline getirildiğinde olabilir", "gerekten ilgi gösterilirse olabilir", "Yöresel yemek kültürü evlerde yaşatıldığı için dışarıya yansıtırsa olabilir", "farklı yemekler sunulursa olabilir", "çok sayıda yöresel yemeğimiz var", "zengin bir mutfağa sahibiz ancak kamu ve özel sektör birlikte çalışırsa olabilir" ifadeleri ile açıklamıştır. Hayır cevabı veren yöneticiler sebebini "yerel yemeklere önem verilmiyor/ilgi gösterilmiyor", "sadece et döner kullanılarak turistler şehre çekilemez", "yöresel yemekler tanınmıyor", "Erzincan dışarıdan göç alan, turist çeken bir il olmadığından ve yerel halk yöresel yemekleri zaten evinde yapıyor olmasından dolayı" şeklinde açıklamıştır.

Yöneticilere "Erzincan'ı Gastronomi Turizmi açısından değerlendirdiğinizde öne çıkabilecek yöresel yemek ve ürünler neler olabilir? sorusu yöneltilmiştir. 7 yönetici "tulum peyniri", 5 yönetici "un çorbası", 4 yönetici "kasefe", 3 yönetici "et döner", 2 yönetici "et yemekleri", 2 yönetici "su böreği", 2 yönetici "tirit" şeklinde cevaplandırmıştır. Bunların yanında cimin üzümü, kiraz, kete, tava leblebisi, keşkek, kahvaltı, kelecoş, sırın, kavurma, eşgili, büryan, el yapımı kesme kadayıf, erikli yaprak sarma, Kemaliye dövmeç ifade edilmiştir.

"Erzincan deyince aklınıza gelen ilk yöresel yemekler nelerdir?" sorusuna yöneticilerin 7'si "un çorbası", 6'sı "etli yaprak sarma", 4'ü "et döner", 4'ü "kasefe", 3'ü "babukko", 2'si "etli bamya" cevabını vermiştir. Adı geçen diğer yöresel yemekler ayran çorbası, sırın, keşkek, ekşili, lokum ve kete olmuştur.

"Erzincan yöresel yemeklerini tanıtmak için neler yapılmalıdır?" sorusuna yöneticiler "çok sayıda reklam", "yemek kitapları", "yerel yönetimlerin desteği", "fuarlara iştirak", "yemek yarışmaları", "yöresel yemekler üzerine işletme açılması", "aşçılara yöresel yemek eğitimi verilmesi", "ulusal basında yer alacak etkinlikler", "siyasilerin ve yerel yöneticilerin tanıtımlara dahil edilmesi", "turizm okullarının kalitesinin artırılması", "envanter oluşturulmalı", "sponsor markalar belirlenmeli", "yarışma kazananlarını bürokratlara sunum yapma fırsatları tanınması", "gazete ve dergilerin gurme yazarlarıyla birlikte ekipleri şehre davet edilmeli", "Erzincan'a özgü et döner markalaştırılabilir" şeklinde cevaplar vermiştir.

• 426

SONUÇ

Araştırma bulguları doğrultusunda yöneticilerin çoğunluğunun esasında işletme sahibi olduğu görülmüştür. Ele alınan işletmelerin tamamına yakını bağımsız işletmelerdir. Herhangi bir zincir işletmeye bağlı değildir. Bunun yanında işletmeler çoğunlukla Belediye işletme belgesine sahiptir ve şubesi bulunmamaktadır. İşletmelerin çoğu sektörde uzun yıllar deneyime sahiptir. İşletmelerin kayda değer bir kısmı orta büyüklüktedir ve A'la Carte servis sistemine sahip olduğu görülmüştür. Erzincan ili yöresel yemeklerinin yiyecek içecek işletmeleri manülerine yansımalarını incelediğimizde işletmelerin yarıya yakınında yöresel çorba bulunmaktadır. Başta gelen yöresel çorba "un çorbası/kesme çorbası" olmuştur. Yine işletmelerin yarısına yakını yöresel yemek sunmaktadır ve başta gelenler "etli yaprak sarma", "et döner" ve "su böreği"(etli) şeklindedir. İşletmelerin yarısından fazlası menülerinde yöresel tatlı sunmaktadır. Başta gelen yöresel tatlıların "kasefe" ve "kabak tatlısı" olduğu görülmüştür. İşletmelerin önemli bir çoğunluğu tüketicilere yöresel ürün sunmaktadır. Sunulan yöresel ürünlerin başında "tulum peyniri", yöresel meyvelerden ise "cimin üzümü" gelmektedir. Yöresel kahvaltılarının vazgeçilmezleri arasında başta "tulum peyniri" olmak üzere "karakovan balı", yörenin meyvelerinden yapılan "reçeller", "çökelek", ve "kuzuıçi" gelmektedir. İşletmelerin bir kısmı önceden yöresel yemek sunmayı denemiştir ve sunmaya devam etmektedir. Diğer bir kısmı ise talep olmadığından yöresel yemek sunmadıklarını belirtmiştir.

İşletme yöneticileri yerel yönetimlerin yöresel yemek tanıtımı için desteğine ihtiyaç duymaktadır. Yöresel yemeklerin turistlere sunulmasının şehir imajını olumlu yönde etkileyeceğini düşünülmektedir. İşletme yöneticileri Erzincan ilinin gastronomi şehri olması hususunda farklı görüşlere sahip olduğu görülmüştür. Yarıya yakın bir kısmı yemek kültürünün geniş olduğundan dolayı gastronomi turizmi şehri olabileceğine inanırken yarıdan fazlası gastronomi turizm merkezi olabilmesi için gerekli önemin verilemediğini düşünmektedir.

Genel anlamda Erzincan deyince akla gelen ilk yöresel yemek ve ürünler "un çorbası", "etli yaprak sarma", "et döner", "kasefe", "babukko", "etli bamya" ve "tulum peyniridir". Erzincan yerel halkının kendi evlerinde yöresel yemeklerin halen yapılıyor olmasından dolayı işletme yöneticileri yemeklerin restoranlarda tercih edilmediğini gözlemlemiştir. Ancak şehre yönelik çeşitli alanlarda yapılacak tanıtımlar sonrasında yabancı ziyaretçinin talebi artabilir.

Elde edilen bu sonuçların Erzincan ili gastronomi turizmine önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Ortaya konulan bu kültürel değerlerin konaklama işletmeleri, yiyecek içecek işletmeleri menülerinde kullanabilir. Ayrıca seyahat acentaları belirtilen yemeklerin yapımını içeren uygulamalı turlar düzenleyebilir. Alternatif Turizm merkezi olma yolunda önemli adımlarla ilerleyen Erzincan ili için gastronomik değerler katma değer sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.
- 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.
- Özleyen, E., & Tepeci, M. (2017). Manisa'da Yöresel Yemeklerin ve Lezzetlerin Turizmin Gelişimine Katkısının Belirlenmesi. *Tourism Academic Journal*(2), 139-152.
- Altaş, A. (2017). Ülke Tanıtım Çalışmaları Kapsamında Kullanılan Gastronomi Öğeleri "Home of Turkey" Kampanyası Afişleri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 81-102.

- Başaran, B. (2017). Gastronomi Turizmi Kapsamında Rize Yöresel Lezzetlerinin Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 135-149.
- Birdir, K., & Akgöl, Y. (2015). Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 57-68.
- Düzgün, E., & Durlu Özkaya, F. (2015). Mezopotamya'dan Günümüze Mutfak Kültürü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 41-47.
- Durlu Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S., & Can, A. (2013). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), 13-20.
- Erdem, B., & Akyürek, S. (2017). Yeni Bir Mutfak Akımı: Yaşayan Mutfaklar. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 103-126.
- Gürsoy, Y. (2017, 08). Giresun Merkez Yöresinde Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(51), 1296-1304.
- Kargiglioğlu, Ş., & Kabacık, M. (2017). Gastronomi Turizmi Kapsamında Urla Enginar Festivaline Gelen Turistlerin Festival Hakkındaki Görüşleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 409-421.
- Keskin, E., Örgün, E., & Akbulut, B. A. (2017). Gastronomi Kavramının Kelime İlişkilendirme Testi Aracılığıyla Analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 255-267.
- Nebioğlu, O. (2017). Gastronomik Kimlik ve Gastronomik Turizm Ürünlerinin Sınıflandırılması Üzerine Bir Araştırma: Alanya Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 39-60.
- Santich, B. (2004). The Study of Gastronomy and its Relevance to Hospitality Education and Training. *International Journal of Hospitality Management*(23), 15-24.
- Sarışık, M., & Özbay, G. (2015). Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 264-278.
- Sormaz, Ü. (2017, 06 10). Yöresel Mutfak Tanıtımında Yerel Restoranların Etkisi: Konya Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 160-173.
- Sormaz, Ü. (2018). Gastronomy Tourism Potential of Turkey. *Journal of tourism – studies and research in tourism*(24), 8-15.
- Türk Dil Kurumu. (2018, Ocak 8). Ankara, Çankaya, Türkiye.
- Toksöz, D., & Aras, S. (2016). Turistlerin Seyahat Motivasyonlarında Yöresel Mutfakın Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 174-189.
- Yelegen, S. (2015a). *Erzincan Mutfak Kültürü ve Yemekleri*. İstanbul: CB Matbaacılık.

Yelegen, S. (2015b, Kasım 25). Sara Yelegen, Erzincan mutfak kültürünü ayrıntılarıyla inceliyor. Turizmde Gastronomi Mekanları: <http://www.gastronomi.com.tr/soylesi/sara-yelegen-erzincan-mutfak-kulturunu-ayrintilariyla-inceliyor-h2808.html> adresinden alındı

**Necibe Şen, Yener
Silahşör 2 (Ek.1)
2018**