

## ERZURUM'UN YÖRESEL ÜRÜNLERİNİN TURİSTİK POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİ

Fatma BAŞAR (\*)

Burak BAŞAR (\*\*)

Ferhat BOZTOPRAK (\*\*\*)

### Öz

*Geçmişten günümüze kadar ulaşan ve kültürel miras olan el sanatları, yiyecek- içecekler ve diğer yöresel ürünler ülkemizin geçmişine tanıklık eden en değerli varlıklardır. Farklı yörelerin kendilerine has mimari yapıları, giyim stilleri, yiyecek-içecek türleri ve o yöreye ait el sanatları günümüzde turistik kazanım sağlayacak gelecekte ise yeni kuşaklara aktarılıp korunması gereken öğelerdir. Bunlar, yerli ve yabancı turistlere bölgenin karakteristik özellikleri hakkında çeşitli bilgiler sunmaktadır. Ayrıca yörelere ait çeşitli el sanatları örneklerinden esinlenerek tasarlanan turistik- hediyelik eşyalar, geçmişi yeni tasarımlarla bugüne taşıma konusunda önemli bir rol oynamaktadırlar. Buna ek olarak turistlerin ziyaret ettikleri destinasyonlardan satın aldıkları hediyelik eşyalar önemli turizm kaynaklarından biri olup, turist çekimim için gerekli bir unsurdur. Buradan hareketle, araştırmanın amacı önemli kültürel miras kaynakları olan yöresel ürünlerin mevcut durumlarının analiz edilerek turistik potansiyellerinin belirlenmesidir. Bu doğrultuda ilgili ulusal ve uluslararası literatür derinlemesine incelenerek sentez yapılmıştır. Araştırma sonucunda Erzurum iline özgü yöresel ve hediyelik olabilecek ürünler belirlenmiş ve bu ürünlerin yöresel turistik ürün olarak önem kazanması hususunda öneriler getirilmiştir.*

**Anahtar Kelimeler:** Hediyelik Eşya, Yöresel Ürün, Turizm Potansiyeli, Turistik Ürün, Erzurum

---

\*) Dr. Öğr. Üyesi, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu, Seyahat-Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü  
(e-posta: fatma.basar@erzincan.edu.tr). ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3715-3150>

\*\*) Öğr. Gör. Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü  
(e-posta: burak@erzincan.edu.tr). ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4907-4938>

\*\*\*) Öğr. Gör. Atatürk Üniversitesi, Pasinler Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü  
(e-posta: ferhat.boztoprak@atauni.edu.tr). ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2563-9447>

## ***Determination of the Tourist Potential of the Regional Products of Erzurum***

### ***Abstract***

*Handicrafts, food and beverages and other local products, which have reached the past from the past to the present, are the most valuable assets that have witnessed the past of our country. The unique architectural structures, clothing styles, food and beverage types of the different regions and the handicrafts of the region are the elements that need to be transferred to the new generations in the future that will provide the tourist gain in the future. They offer a variety of information to local and foreign tourists about the characteristics of the region. In addition, tourist-souvenirs, inspired by the examples of various handicrafts of the region, play an important role in carrying the past to the present with new designs. In addition, souvenirs purchased by tourists from the destinations they visit are one of the most important tourism sources and a necessary element for tourist attraction. From this point of view, the aim of the study is to determine the touristic potentials by analyzing the current situation of the regional products which are important cultural heritage sources. In this context, the relevant national and international literature was examined in depth and synthesized. As a result of the study, local and souvenir products which are specific to the province of Erzurum were determined and suggestions were made to give importance to these products as regional touristic product.*

**Keywords:** *Souvenir, Regional Product, Tourism Potential, Touristic Product, Erzurum*

### **1. Giriş**

Günümüzde turistlerin ziyaretleri sırasında gerçekleştirdikleri alışveriş faaliyetleri seyahat giderlerinin büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Turistlerin harcamalarının yaklaşık üçte birini seyahat sırasındaki alışveriş harcamaları oluşturmakta ve genellikle yemek, konaklama ve eğlence gibi turizm etkinliklerine kıyasla alışverişte yapılan harcamalar daha yüksek olmaktadır. Ekonomik kalkınma açısından önemli olan turizm hareketindeki alışveriş faaliyetleri hem üreticiler hem de tüketiciler açısından turistleri çekmede ve kalış sürelerini artırmada destinasyonu cazip hale getirmektedir (Oviedo Garcia, 2016)

Turistlerin seyahatlerinin birincil nedeni alışveriş yapmak olmasa da, seyahat sırasında birçoğu kişisel ihtiyaçlarını karşılama, anı biriktirme ve hediye alma amaçlı eşya/ürünler satın almaktadırlar (Wong, 2014). Bu kapsamda “mal satın alma amacıyla seyahat etme” anlamını taşıyan “Alışveriş Turizmi” alternatif bir turizm çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle ziyaret edilen yerlerdeki hediyelik eşya satan işletmeler ve gezilerin kanıtlayıcısı ve hatırası olarak alınan objeler/hediyelik eşyalar alışveriş turizminin önemli iki unsurudur (Karakaya, 2016).

Alışveriş harcamaları arasında yer alan turistik amaçlı üretilen ve satılan *Hediyelik (hatıralık) Eşyalar*, mütevazı başlangıçlara rağmen dünyanın her köşesine milyarlarca dolarlık gelir sağlayan, turist tüketiminin en belirgin hedeflerinden biri haline gelmiştir. Bu

doğrultuda ülke ve bölgelere özgü hediyelik eşya tasarımı, üretimi ve satışı ile destinasyona ait özelliklerini mevcut ve potansiyel tüketicilere aktarmada önemli bir ekonomik unsur olarak değerlendirmektedir (Olalare, 2017).

## 2. Kavramsal Çerçeve

Turistik anlamda hediyelik eşya üretim ve satışı bazen çok önemli miktarlara ulaşabilmektedir. 1990'ların ortasında Hong Kong'un turizm gelirlerinin yarısının hediyelik eşyaların satışından elde edilmesi bu durumun en belirgin örneği olarak gösterilebilir. Bu nedenle destinasyon için turistik alışveriş ekonomik bir güç olmanın yanı sıra sadece alışveriş yapmak için seyahat eden bazı turistler içinde önemli bir çekim gücüne dönüşebilmektedir (Can, 2013).

Fransız bir sözcük olan hediyelik (hatıralık) eşya; bizi geçmişe bağlayan ya da günlük yaşamımızda etki eden geçmişi canlandırmamızı sağlayan yerleri, insanları ve olayları hatırlatan nesnelere ifade etmektedir (Olalare, 2017). Başka bir tanımda ise “*özel ve kısa ömürlü bir seyahat deneyiminin somut bir temsilcisi olarak satın alınmış ve bu deneyimi turiste hatırlatan ticari olarak üretilen ürünler*” olarak tanımlanmaktadır. Hediyelik eşyalar; turistlerin arkadaşlarını etkileyebilecekleri ve hatta sosyal statülerini geliştirebilecekleri seyahat deneyimlerini sergileyecekleri gerekçesiyle, hem kişisel hem de sosyal açıdan gezmediği, gördüğü ya da orada bulunduğu dair fiziksel kanıtı temsil eder (Oviedo Garcia, 2016). Turistlerin tatilleri sırasında aldıkları hediye ve hatıralık eşyalar/ürünler özel zamanlarının somut hatırlatıcıları niteliğindedir. Aynı zamanda bu eşyalar sadece ziyaret edilen yerin hatırlatıcısı olarak işlev görmemekte turistlerin seyahat deneyimlerini simgelemekte ve turistlerin bakış açısını ortaya koymaktadır. Ayrıca hediyelik eşyaların özellikleri daha sonrasında bireyin zihinsel tekrarlaması sağlayarak tekrar ziyaret niyetini ortaya çıkarır. Bu nedenle turistik amaçlı geziler sırasında satın alınan eşyalar insanları, yerleri ve anıları birbirine bağlayan önemli bir unsurdur (Botoş, 2013)

Belirli destinasyonlara turist çeken unsurlar; el sanatları, dil, gelenekler, gastronomik ürünler, görsel anımsatıcılar da dâhil olmak üzere bir bölgenin tarihi; yerel halk tarafından yürütülen iş türleri ve kullandıkları teknoloji, alana farklı görünüm kazandıran mimari yapılar, görülebilir dini unsurlar, eğitim sistemleri, yöresel kıyafetler ve boş zaman aktiviteleri olarak sıralanmaktadır (Asplet, 2000). Bu kapsamda turistik ürün olarak oluşturulan, turistlerin ziyaret ettikleri yerden yanlarında götürmek için anı ya da hediyelik olarak aldığı ve onlara satılmak üzere hazırlanmış/ üretilmiş turistik ürünler bölgenin turizme sunduğu kaynaklardan biri olup bölge çekiciliği için gerekli bir unsurdur (Çeliker, 2017).

Turistler ülke veya bölgeyi ziyaret ettiklerinde; kullanım amaçlı (radyo, çanta, giyim, gıda vb.), anı veya hediyelik eşya (cam, ahşap, resim, taş, takı vb. dekoratif ürünler) ve bunların karışımı olan ürünler (yöreye özgü ürünler, giyimler, el yapımı ürünler) almaktadırlar (Öter, 2010). Turistlere sunulan hediyelik eşyalara; el sanatları, mücevher ve takılar, antikalar, çeşitli koleksiyonlar, giyim ve gıda gibi yerel ürünler örnek verilebilir.

Hediyelik (hatıralık) eşyalar Gordon (1986) tarafından beş kategoride incelenmiştir. Her kategori, hediyelik eşyanın yaratıcılığa bağlı olarak farklı şekil ve biçimde üretilebileceğini göstermektedir (Oviedo Garcia, 2016). Bunlar;

**Resimsel görüntü**, destinasyonda ki turistin varlığını kanıtlayan somut hatırlatıcı olan Kartpostal, kitapçık, pano, resim vb. resimli hatıralıklardır.

**Kaya parçası**, doğada bulunan öğeler, destinasyonun ortamın tamamının bir kısmı temsil eden deniz kabuğu, kaya, taş vb. hatıralıklardır.

**Sembolik kestirme/kesitler**, destinasyon hakkında mesaj uyandıran Minik ikonik resimler, minyatürler, biblolar heykeller vb., nesnelerdir.

**Belirticiler (belirteçler)**, belirli nesnelere üzerine geldiği yere ait yer hakkında bilgi taşıyan tişörtler, kahve kupaları ve mıknaatıslar vb. eşyalardır.

**Yerel ürünler/üretim**, bölgede bulunan işlenmiş veya işlenmemiş ürünlerdir. Yiyecek-içecek, el sanatları ve kıyafetler vb. unsurlarla ifade edilmektedir.

Turizm faaliyetlerinin temel hareket noktasının ve amacının görsellikle sıkı sıkıya bağlı olmasından dolayı turizm ile ilgili ürünler ayrı bir öneme sahiptir. Turistik olarak değerlendirilen yörenin mimarisinden, doğal mekânların sunma biçimlerine, yerel halkın kültürel özelliklerine ve yöreye ait hediyelik eşyalarına kadar her görüntü turistik ürünü oluşturmaktadır. Bu unsurların turistik görselliği yanında turistlerin bu nesnelere tüketmeleri sonucunda deneyimlerinin, harcadıkları zaman ve paralarının nesnelere yoluyla tescilinin ifadesidir.

Turizm işletmeleri kapsamında turistik mal ve hizmetleri turistlere ulaştırmada önemli olan işletmelerden biride hediyelik eşya satan işletmelerdir. Turistlerin ziyaret ettiği hemen hemen her yerde turistik hediyelik eşya üreten, aracı olan, pazarlayan pek çok hediyelik eşya satan işletmeye rastlanmaktadır. Hatıra Eşyası üretiminde iki temel iş modeli vardır; Küçük ölçekli yerel üreticiler ve mallarını küresel olarak dağıtabilen daha büyük kitle üreticilerdir. Üretilen ürünler dağıtım kanalındaki araçlarla perakendeci işletmelere ulaşmaktadır (Swanson, 2012).

En belirgin hediyelik eşya satıcıları, ilki asıl amacı hediyelik eşya satmak olan ön satıcılarıdır. Bunlar, özel mülkiyetteki bireysel veya çok şubeli özel işletmeler, genel ticaret perakendecileri, planlı turizm alışveriş yerlerinde bulunan hediyelik eşya işletmeleri, gümrüksüz işletmeleri ve havaalanı perakendecilerini içerir. Ayrıca hediyelik eşya üretim ve satışına yönelik açılan vitrinler, sergiler, dükkânlar, stantlar, yerel pazarlar, tezgâhlar vb. bu kapsamda örnek gösterilebilir. İkinci sıradaki hediyelik eşya satıcıları ise, temel faaliyet alanları farklı olan fakat bünyelerinde bulundukları yan hizmet kapsamındaki hediyelik eşya satışından gelir elde eden işletmelerdir. Oteller, müzeler, tarihi mekânlar, eğlence parkları, eyalet veya ulusal parklar, golf kulüpleri, tren istasyonları, şarap imalathaneleri ve alışveriş merkezleri ile bağlantılı hediyelik eşya satışı yapan işletmeler örnek gösterilebilir (Yanar, 2016).

Turistlerin ziyaret ettikleri ülke veya bölgeye özgü yerel kültürü tanımak önemli amaçlarından biridir. Bu açıdan değerlendirildiğinde seyahat sırasındaki harcamaları ara-

sında tüketilen gıda, günlük kullanılma ürünleri ve satın alınan hediyelik eşyalar yerel olma niteliği taşınmalıdır. Hediyelik eşya kapsamına hediye edilebilecek her türlü ürün girerken, turistik eşya kapsamına hem hediye hem de yörenin tüm özelliklerini yansıtabilecek ürünler girmektedir (Öter, 2010).

Özellikle turist çekmek isteyen hediyelik eşya satan işletmelerin dış çevre ve iç yönetim unsurlarına önem vermemeleri ve sundukları mal ve hizmetlerde ürün ayrımını dikkate almamaları başarısızlığa yol açmaktadır. Bu tür işletmelerde birçok ürün satılmasına rağmen bu ürünlerin çoğu orijinal, geleneksel ve benzersiz olma özelliklerini taşımamaktadır. Hediyelik eşya satan işletmeciler bazıları yabancı ülkelere satın alınan çeşitli taklit ürünler satmaktadırlar. Buda turistler tarafından ziyaret edilen yöre ait olmayan hediyelik ürünlerine karşı olumsuz algıya oluşturmaktadır. Bu nedenle turist hediye satısında işletmelerin dikkate alınması gereken hediyelik eşyaların özellikleri vardır. Bunlar (Kaya ve Yağız, 2015; (Anuar, 2017);

Satın alınan hediyelik eşyalar seyahati hatırlatıcı resim, taşlar, tasvir nesnelere, kıyafetler ve gıdalar vb. gibi kültürel hatıra ve sembolik ticari hediyelik eşyalar olmalıdır.

- Turistlerin tercih ettikleri hediyelik eşyalar kolay taşınabilir, nispeten ucuz, anlaşılabilir, temizlenebilir ve eve döndüklerinde kullanılabilir özelliklere sahip olmalıdır
- Satışı yapılan ürünlerin, diğer ürünlerden farklı olarak müşterinin satın alma kararını etkileyecek benzersiz özelliklere sahip olmalıdır.
- Hediyelik eşya satan işletmeler mal ve hizmet sunarken, fiziksel şartları uygun, kolay erişilebilir, satışa sundukları hediyelik ürünlerin yüksek kaliteli, yaratıcı ve cazip olması ve ayrıca işletme çalışanlarının pozitif davranışları gibi iç ve dış çevre özellikleri taşınmalıdır.

Hediye eşya alışverişi açısından seri üretim ve makineleşmenin sağladığı olanaklar hediyelik eşya sektöründe yansımaktadır. Hediyelik eşya çeşitliliğinin artması maliyeti düşük hediyelik eşyalardan prestij eşyalara kadar geniş bir alan haline gelmiştir. Bu durum ülkemiz açısından da kültürümüzü tam olarak yansıtmayan ve genellikle turistik nitelik taşımayan ticari ürünler olarak karşımıza çıkmıştır. Özellikle müşterileri alternatif olmayan, kalitesi düşük ve geleneksel kimlikten uzak hediyelik eşyalar almaya yöneltmektedir (Arkant, 2013).

Günümüzde yöresel değerlerin önemi hediyelik eşya üretiminde geleneksel ve güncel tasarımlar oluşturularak sunulması yöre hakkında tanıtıcı ve bilgilendirici araç niteliğini taşımaktadır. Özellikle üretildikleri yöreler ile özdeşleşen hediyelik eşyalar, etnografik öğeler ve mutfak ürünleri vb. üretildikleri yörenin tanıtıcı ürünü olmasının yanı sıra o yöreye gelen turistlerce de en çok tercih edilen turistik ürünlerdir (Kocaman, 2013). Bu nedenle hediyelik eşya satan işletmelerin yöresel ürünler satması turizm faaliyetleri açısından çok önemlidir.

Yöresel ürünlerin kendine özgü ürünler olması, özel bir yere ait, belli bir kültür içinde oluşması ile ilgilidir. Bu ürünler, gıda ürünleri, madeni ürünler, dokuma ürünleri, ahşap

ürünleri, seramik ürünleri, kıyafetler, el sanatları vb. birçok üretim alanını kapsamaktadır (Şengül, 2016).

Yöresel ürünler bir üretim süreci sonunda, ekonomik bir faaliyet olarak ortaya çıkan ekonomik değerlerdir. Ünlerini ve niteliklerini uzun süreler boyunca geliştirdikleri bilgi, beceri, yöntem ve tekniklerden almaktadırlar (Altuntaş, 2014). Hediyeelik eşya/ürünlere yöresel unsurlar açısından baktığımızda turistik hediyeelik eşyaların turistler ve yerel halk için üretim ve kullanım bakımından üç nitelik taşıdığı görülmektedir (Yanar, 2016):

- Farklılaştırma; yerel halkın yöresel ürünler üzerinde yöreyi ve yöre halkını temsil için yaptıkları değişikliklerdir.
- Yerel kültürün değişimi; yerel halk kültüründeki giyim, dokuma, gıda vb. unsurları turizm faaliyetlerinin temsil etmede yaptıkları değişikliklerdir.
- Ortak üretim ve tüketim ürünler olması; yerel halk ve turistlerin aynı oranda yararlanması olarak ifade edilebilir.

Günümüzde turizm işletmeleri kapsamında hediyeelik eşya satan işletmelere yönelik yapılan çalışmalar sınırlı sayıdadır. Bu çalışmalara birkaç örnek aşağıda gösterilmiştir. (Litrell, 1993) hediyeelik eşya tüketimindeki el sanatlarında orijinallik kavramını açıklamaya çalışmışlardır. (Lirtell, 1994) başka bir çalışmalarında ise turist profillerinin hediyeelik eşya alımı ve turizm stilleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır.

(Kim, 2001) hediyeelik eşya satın alımını, kendilerine satın almada ve başkalarına hediye almada turistleri etkileyen faktörleri incelemiştir. (Swanson K. P., 2006), çalışmalarında turistlerin satın aldıkları hediyeelik eşyaların türleri, nitelikleri ve hediyeleri satın aldıkları işletmelerin özellikleri ile seyahat motivasyonları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. (Lunyai, 2008) ise çalışmalarında turistlerin tatillerde hediyeelik eşya alma nedenlerini incelemiştir.

(Öter, 2010), çalışmasında hediyeelik eşya satan işletmelerin bir ürünü olan el sanatlarını kültür turizmi kapsamında değerlendirilmiş ve el sanatları ve el sanatçılarının turizm sektöründeki yeri ve önemini açıklamaya çalışmıştır. (Wilkins, 2011), yaptığı çalışmada kişilerin hediyeelik eşya alımındaki motivasyon unsurlarını incelemiş ve hediyeelik eşya alımında cinsiyet farklılığını ortaya koymaya çalışmıştır. (Swanson K. T., 2012), çalışmalarında hediyeelik eşyaların yapısal ve tarihsel gelişimini turizm kapsamında incelemiştir.

(Sarıçay, 2012), çalışmasında Türkiye’de hediyeelik eşya sektörünün özellikleri ve yapısı hakkında sayısal verilere yer vermiştir. (Can, 2013), ise yaptığı çalışmada geleneksel el sanatlarının turizm ve ekonomiye katkısını açıklamaya çalışmıştır. (Oviedo Garcia, 2016), hediyeelik satın alımında yerli turistlerin memnuniyet boyutlarını incelemiştir.

(Wong, 2014), ise turizm simgesi olan değerler ile hediyeelik eşyalar arasındaki ilişkileri ve hediyeelik eşya seçiminde kültürel farklılıkları ortaya koymaya çalışmışlardır. (Vasheghani, 2014), turistlerin destinasyondaki deneyimlerinin etkileyen hediyeelik eşya alım davranışlarını incelemiştir. (Kaya, 2015), tarihsel ve kültürel öğeleri taşıyan hediyeelik ürünlerin özelliklerini ve tasarımlarını incelemiştir.

(Albayrak, 2016), turistik alışveriş nitelikleri ve turistlerin satın alma davranışlarını etkileyen alışveriş değerlerini incelemişlerdir. (Yanar, 2016), coğrafi işaret olarak kullanılan yöresel ürünler ve el sanatlarının hediyeelik eşya olarak geliştirilmesi üzerine çalışma yapmıştır. (Olalare, 2017), turistlerin hediyeelik eşya alımında ürün özelliklerini ve hediyeelik eşya alımını etkileyen unsurları ortaya koymaya çalışmıştır. (Çeliker D. D., 2017), hediyeelik eşyaların sürdürülebilirlik ve yenileşimi açısından tasarım örneklerine yer vermişlerdir.

Sonuç olarak çalışmamızda hediyeelik eşya satan işletmelerdeki yöresel ürünleri potansiyeli belirlenmeye çalışılmış ve bu kapsamda hediyeelik eşya, hediyeelik eşya satan işletmeler ve yöresel ürünler/eşyalar kavramları teorik ve uygulamalı olarak açıklanmaya çalışılmıştır.

### **3. Metodoloji**

#### **3.1. Yöresel Turistik Ürünler**

Doğu Anadolu'nun en büyük şehri olan Erzurum'un M.Ö 4900 yıllarında kurulduğu tahmin edilmektedir. Erzurum'u içine alan bölge tarih boyunca Urartular, Kimmerler, İskitler, Medler, Persler, Partlar, Romalılar, Sasaniler, Araplar, Selçuklular, Bizanslılar, Moğollar, İlhanlılar, Safeviler, gibi çok çeşitli kavim ve milletler tarafından idare edilmiştir.

Erzurum ili sahip olduğu zengin kültürü ile çekici bir destinasyon olarak nitelendirilmektedir. Bu zengin kültürün oluşumunda ilin sahip olduğu yöresel turistik ürünlerin çeşitliliği önemli rol oynamaktadır. Yiyecek içecekler, değerli taşlar, el sanatları, yöresel halk dansları ve kıyafetlerinin çeşitliliği ile ilde turizm sürdürülebilir bir hale getirilmiştir.

#### **3.2. Yöresel Yiyecek ve İçecekler**

Türkiye bulunduğu konum itibarıyla, tarihi süreç içerisinde farklı kültürlerin uğrak yaşama alanı olmuş ve bu durum, Türk mutfak kültürünün zenginlik açısından değer kazanmasını sağlamıştır. Türk mutfak kültürünü oluşturan yöresel mutfak ürünlerinin geleneksel gıdalarla pişirilmesi ve aslını koruması mutfak kültürlerinin devamı için önem arz etmektedir. Geleneksel yemeklerimizin üretim yöntemleri ile tüketim usulleri, yüzyıllar boyu süren deneyimler ile meydana gelmiş, yöre bireylerinin ihtiyaçları ile gelişmiştir. Tarihsel açıdan bakıldığında birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış ve geçmişte İpek yolunun kavşak noktası olan Erzurum, mutfak kültürü açısından çok zengin bir içeriğe sahiptir.

Doğal koşullarının ve coğrafi konumunun elverişliliği, önemli uygarlık merkezlerine yakınlığı, Erzurum'un Anadolu'daki en eski yerleşim merkezlerinden biri olmasını sağlamış, Asya ve Avrupa'yı bir köprü gibi birbirine bağlayan İpek Yolu üzerindeki en

önemli kavşaklarından yapmıştır. Bu sebeple etrafındaki Erzincan, Gümüşhane, Bayburt illerinin yanı sıra, Kafkaslardan, Rusya'dan ve İran mutfak kültüründen de etkilenmiştir (Çomaklı, 2008).

Erzurum ve çevre illerde hayvancılık hem önemli bir geçim kaynağıdır hem de yörenin mutfak kültürüne temel oluşturmaktadır. Et yemekleri; Erzurum ve çevresinde genellikle tüm sebzeler et ile pişirilmektedir. Koyun eti, kuşbaşı ve kemikli olarak yemeklere katılırken, sığır eti ise genellikle kıyma olarak yemeklere konulmaktadır (Ertaş, 2013). Erzurum yöresinde önemli bir turistik ürün olan çağ kebabı et yemekleri içerisinde en bilinen yöresel yiyecektir. Çağ kebabı veya yatık döner keçi ve kuzu etinden yapılan bir çeşit kebaptır. Erzurum'un Tortum, Uzundere, Oltu, Olur ilçeleri ile Artvin'in Yusufeli ilçesine ait olan çağ kebabı, önceden terbiye edilmiş etin yatık bir şiş üzerinde odun ateşi eşliğinde pişirilmesiyle hazırlanır. Çağ adı verilen şişler kullanılarak servis yapıldığından bu adı almıştır. Servisi, yine yöreye özgü lavaş ekmeği ile beraber yapılır (Mil, 2015).

Bunun yanı sıra (Kudaka, 2012); Soğan Dolması, Şalgam Çırtması, Ayva Dolması, Ekşili Yaprak Dolması, Kartol (Patates) Oturtması, Ekşili Yahni, Pastırmalı Ramazan Kıyması ve Yoğurtlu Kavurma yörenin önemli et yemekleri olup günümüzde hala halk tarafından yapılmaktadır.

İlin sebze yemeği olarak bilinen en önemli yemeği Çaşır kavurmasıdır. Çaşır ilkbaharda karların erimesinden hemen sonra yetişen yabancı bir bitkidir.

İlin çok bilinen bir diğer yöresel mutfak ürünü Kadayıf Dolmasıdır. Erzurum mutfağının hamur işlerine giren kadayıf dolmasının malzemesi evlerde üretilmemekte, ev dışında ticari olarak özel üretilen yerlerden temin edilmektedir. Normal tepsi kadayıfından biraz daha nemli olacak şekilde hazırlanır, içine dövülmüş ceviz içi konularak sarma gibi sarılıp yumurtaya batırıldıktan sonra kızartılarak şerbete atılıp ikram edilir (Çomaklı, 2008). Kadayıf dolmasını takiben Demir Tatlısı, Dut ve Pestil Çullaması Kırım baklava, Hasıta, Kaz Lokması ve Hurma Tatlısı gelmektedir. Hamur işleri ise Sini Ketesi, Tatar Böreği, Erzurum Pastası, Şeker Ketesi ve Hores( Tel Peynir Helvası)'dır.

### 3.3. Yöresel El Sanatları

#### 3.3.1. Bakırcılık

Bakır eşyalar geçmişten günümüze kadar Erzurum'da çok çeşitli şekil ve özelliklerle karşımıza çıkmaktadır. Erzurum'un sahip olduğu zengin mutfak kültürü özellikle mutfak eşyası olarak kullanılan bakır mutfak araç-gereçlerinin çeşitliliğinde önemli bir faktör olmuştur. Erzurum'da bakır kaplar dövme ve döküm tekniğinde yapılmıştır (Köşklü, 2015). Kazan, Bakraç, İbrik Güğüm, Debbe, Sini, Tepsi, Leğen, Sahan, Lenger, Tas, Sefer Tası, Hamam Tası, Kildan, Tencere, Yamak, Kevgir, Kepçe, El Kevgiri, Cezve, Demlik, Sürahi, Maşrapa, Tulumba, Soba Kazanı ve Teşt Erzurum'da tespit edilen en önemli ve günümüzde hala birçok ev ve yöresel yemek işletmelerinde kullanılan kaplardır.



### 3.3.2. Oltu Taşı

Erzurum yarı değerli pek çok taş oluşumuna sahiptir. Erzurum'da süs taşı olarak çıkarılan en önemli formasyon bir çeşit linyit olan Oltu taşıdır. Genellikle süs ve takı eşyası yapımında kullanılan Oltu taşı, Erzurum bölgesinin en önemli doğal potansiyellerinden birini oluşturmaktadır. Oltu taşı dışında Erzurum'da bulunan yarı değerli taşlar ve çıkarıldıkları bölgeler Şekil 1'de verilmiştir (Kudaka, 2013).

Süs Taşı	Çıkarıldığı Yer
Kıvars	Oltu (Toprakkale)
Kalsedon	Oltu (Kırdağ) Şenkaya
Agat	Oltu (Alabalık, Taşlı köy) Narman Şenkaya
Opal	Oltu Çayı Havzası Oltu (İslamkotek Mevkii, Sivridere Mevkii) Şenkaya
Lapislazulli	Narman
Turkuvaz	Kuzey Oltu Şenkaya
Bakır Parajenezi Malakit	Oltu (Kırdağ)
Azurit	Oltu (Kırdağ, Tunalı)
Opsidyen	Kuzey Oltu
Oniks	Oltu (Ballica mevkii)

Şekil 1. Erzurum ili yarı değerli taşları ve çıkarıldıkları bölgeler

Erzurum taşı veya siyah kehribar olarak da adlandırılan Oltu taşı, genellikle süs ve takı eşyası yapımında kullanılmaktadır. Oltu ilçesinin gerek ülke içi gerekse de ülke dışı tanıtımında önemli rol oynayan bu doğal kaynak, aynı zamanda bölge halkının başlıca geçim kaynaklarından birini oluşturur. Kanunlarla değerli taş olarak tescil edilmiş bir taş olup sadece Erzurum'da çıkartılan bir taştır.

### 3.3.3. Bardız Kilimi

Günümüzde Erzurum'da üretimi devam eden el sanatlarından birisi de Bardız Kilimidir. Erzurum'un Şenkaya ilçesine bağlı Bardız köyünde dokunan kilimler gerek teknik ve renk yönünden olsun gerekse desen yönünden olsun kendine has yöresel özellikler yansı-

tır (Dilmaç, 2013). Kilimlerde çoğunlukla gül motifi, ağaç dalı, çiçek, meyve ve hayvan figürü olarak aslan ve kaplan figürleri kullanılmaktadır.

### 3.4. Erzurum Yöresi Müzikleri

Erzurum yöresi müziği çok çeşitli ve zengindir. Türk milletinin Anadolu'nun her köşesine yayılması ağız, tavrı, şive, ritim yapısında çeşitlilik görülür. Bu bölgede kırık havalar yaygındır (Bayburtlu, 2016).

"Erzurum yöresinde, kültürel etkileşimlerin yoğun olarak hissedildiği konu başlıklarından biri olan "müzik" alanında da, bu etkileşim; yörenin sahip olduğu türkülerde ritmik ve melodik özellik olarak kendini göstermiştir. Erzurum yöresinde müzik kültürü kuşaktan kuşağa aktarılmış ve günümüze kadar ulaşmıştır. Bu aktarımda edebiyatımızın ve kültürümüzün yegâne temsilcileri "âşıklar" in büyük ölçüde etkisi söz konusudur" (Terzioğlu, 2016).

### 3.5. Erzurum Yöresi Kıyafetleri

Erzurum Yöresi geleneksel erkek kıyafetinde şapka kanunu çıkana kadar başa giyilen giysi olarak üzerine sarık sarılan fes kullanılmaktaydı. Günümüzde fes ve sarık erkek kıyafetinde kullanılmamaktadır. Fakat ilin soğuk iklimi nedeniyle tiftik ve yünden örülmüş papak, atkı ve eldiven kullanımı devam etmektedir. Bedene ise, mintan olarak adlandırılan bir gömlek, kolsuz cepken şeklinde siyah çuha kumaştan yapılan bir yelek giyilmektedir. Alt bedene zığva adı verilen beli bol lacivert kumaştan yapılan torba şeklinde pileli alt giysisi kullanılır. Zığva ve yeleğin birleştiği bel kısmına ise kıyafetin daha ahenkli görünmesi için kuşak bağlanır. Ayağa ise tamamen koyun yününden eğrilmiş bir ip kullanılarak yapılan dizleme çorap kullanılır. Ayrıca Tozluk adı verilen Ayak bileği ile diz arasına takılan kumaştan yapılmış yandan düğmeli bir giyecekte kullanılırdı. Fakat bu kıyafetlerin günümüzde çok fazla kullanılmadığı görülmektedir. Sadece geleneksel halk oyunları sergilenirken bu kıyafetler erkekler kullanılır (Salman, 2010).

Geleneksel kadın giyimi ise kendine özgü yöresel özellikler taşımaktadır. "Anadolu'nun birçok yerinde "tepelik" olarak bilenen ve kadınların başına takılan başlığa Erzurum'da "dinge" denirdi. Entarinin altında şalvar vardı. Kadınların çorapları nakışlı olur, bellerine kuşak bağlardı. Şalvarın paçaları çorapların içine konulduktan sonra biraz sarkıtılırdı. Elbise yapımında, "kuntu kumaş", "kadife", "gez" adı verilen kumaşlar kullanılırdı. "Üçetek" ve "gadama" denilen bindallı elbiseler en yaygın olanlardı. Dış giysi olarak en yaygın kullanıldığı görülen kıyafet ise ehram'dır. Ehram Erzurum kültüründe geniş yer tutmaktadır. Erzurum'da yaşlı kadınların köyde ise neredeyse bütün kadınların sokak kıyafeti olarak bilinmektedir. Genellikle ehramlar 1000 gr bükülmüş ip kullanılarak yapılır. Ehramın rengi kullanılan koyunun yününe göre değişmektedir. Kahverengi, siyah, boz ve beyaz yaygın olarak kullanılmıştır.

### 3.6. Erzurum Hakkında Yazılmış Eserler

İlin kültürünün yaşatılmasında ve tanıtımında büyük öneme sahip olan eserler mevcuttur. “Erzurum’da Ramazan”, “Erzurum’un Manevi Mimarları”, “ Bir Şehrin Ruhu”, “Erzurum İli Ağızları”, “Erzurum: Bir İpekyolu Şehri”, “Erzurumlu Emrah/ Hayatı ve Şiirleri” ve “Erzurum’un Kandilleri” isimli yayınlar il üzerine yazılmış eserlerden en önde gelenlerdir.

### 4. Sonuç ve Değerlendirme

Erzurum, tarihi özellikleri bakımından birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış ve bu nedenden dolayı farklı kültürlerden etkilenmiştir. Erzurum kültürel zenginliği, yöresel mutfağı ve doğasıyla zengin bir ürün çeşitliliğine sahiptir. Bölgede bulunan yöresel ürünlerin hem ticari değerinin artması hem bilinirliklerinin artması bu kapsamda ürün çeşitliliğini artırmıştır. Bütün bunlarla beraber gelenek, görenek ve inançlarla şekillenen el sanatlarının kültürel değişimin sonucu olarak giderek yerini yeni biçimlere bıraktığı ya da işlev değiştirdiği görülmektedir. Bu süreçte toplum tarafından ihtiyaç duyulmayan bazı el sanatlarının ise kaybolduğu görülmektedir.

Bütün bunlar ele alındığında ilde yöresel ürünlerinin satıldığı hediyelik eşya işletmelerinin sayısının az olması, var olan işletmelerde yöresel ürünlerin birçoğunun satılmıyor olması, turistlerin bu işletmelere ulaşma konusunda problem yaşaması, kültürel varlıkları tanıtan magnet, anahtarlık vb. geniş bir yelpazesinin olmaması, Oltu taşı işlemeciliğinin devlet tarafından az desteklenmesi ve yöresel olan yiyecek-ıçeceklerin birçok turistik çekim merkezi olan yiyecek-ıçecek işletmesinin mönüsünde bulunmaması gibi eksiklikler mevcuttur.

Yine ilin zengin kültürü ve dünyaca bilinen ürünlerinin varlığı ilin gelişimi için önemli katkılar sunmaktadır. Mevcut eksikliklere rağmen ilin; ulaşım kolaylığının olması (Kara- hava) , sadece yöresel mutfağının tadılabileceği işletmelerin sayısının yeterli olması, farklı turizm türlerine yönelik faaliyetlerin gerçekleştirilmesi için uygun imkânların mevcut olması ve halkın var olan yöresel ürünlerine sahip çıkması turizm odaklı gelişmesine imkân sağlamaktadır.

### Kaynakça

- Albayrak, T. C. (2016). Tourist shopping: The relationships among shopping attributes, shopping value and behavioral intention. *Tourism Management Perspectives*, 98-106.
- Altuntaş, A. G. (2014). Yerel Kalkınmada yaygınlaşan bir araç olarak geleneksel gıdalar ve geleneksel gıda mevzuatının yaygınlaştırılabilirliği. *GOP Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi* 31 (3), 73-81.
- Anuar, A. H. (2017). Souvenirs purchase among tourist: Perspectives in national park. *Journal Tourism Management* 6, 287-288.

- Arkant, S. (2013). *Hediyelik eşya kapsamında Manisa markasının yaratılması*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Asplet, M. C. (2000). Cultural designs in New Zealand souvenir clothing: The question of authenticity. *Tourism Management*, 21, 307-312.
- Bayburtlu, A. (2016). Erzurum yöresel müziklerinin kültürel özellikleri. *International Journal of Cultural and Social Studies* 2(2), 262-278.
- Botoş, A. T. (2013). Souvenirs-factor influencing the tourism activity. Case Study: Opinions Of Young People On Souvenirs. *Annals of the University of Petrosani: Economics*, 15-34.
- Can, M. (2013). Geleneksel Türk el sanatlarının turizme ve ekonomiye katkısı. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi* , 259-266.
- Çeliker, D. D. (2017). Sürdürülebilirlik ve yenileşim açısından turistik hediyelik eşyalar konusunda yenileştirilmiş tasarımlar. *Atatürk İletişim Dergisi* 12, 187-204.
- Çomaklı, Z. (2008). *Karlar ülkesinin damak tadı*. Erzurum: Aktif Yayıncılık.
- Dılmaç, O. (2013). Erzurum'da kaybolmaya başlayan yöresel el sanatları. *Akdeniz Sanat Dergisi*, 93-101.
- Ertaş, Y. K. (2013). Sağlıklı beslenmede Türk mutfak kültürünün yeri. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 117-136.
- Karakaya, C. v. (2016). Ahilik kültürü ve alış-veriş turizmi: Konya bedesten çarşısını ziyaret eden turistlerin algısı üzerine bir araştırma. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE dERGİSİ*, 110-122.
- Kaya, Ç. Y. (2015). Appropriation in souvenir design and production: A study in museum shops. *ITU Journal of the Faculty of Architecture* 12(1), 127-146.
- Kim, S. L. (2001). Souvenir buying intentions for selfs versus others. *Annals of Tourism Research*, 28 (3), 638-657.
- Kocaman, G. (2013). Turistik bir ürün olarak Rus taşı (Gürcistan Siyah Kehribarı) ve Erzurum Oltu taşı sektörüne etkileri. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 18 (30), 115-134.
- Köşklü, Z. (2015). Geçmişten günümüze Erzurum'da bakırcılık ve bakır kaplar. *Sanat Dergisi*, 107-120.
- Kudaka. (2013). *Oltu taşı değer zinciri analiz raporu*. Erzurum: Kudaka.
- Kudaka, A. Ü. (2012). Yöresel mutfak kültürü: Erzurum. A. Ü. fakültesi içinde, *yöresel mutfak kültürü: Erzurum, Erzincan, Bayburt*. Erzurum: Atatürk.
- Lirtell, M. B. (1994). Souvenirs and tourism styles. *Journal of Travel Research* 33(1), 3-11.
- Litrell, M. L. (1993). What makes a craft souvenir authentic?. *Annals of Tourism Research* 20, 197-215.

- Lunyai, J. C. (2008). Why tourist purchase souvenirs? *Proceedings of Applied International Conference 11/06/2018*.
- Mil, B. D. (2015). Erzurum mutfağı yöresel ürünlerin otel restoran menülerinde kullanım düzeyi: Palandöken örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi* 5(2), 1-7.
- Olalare, F. (2017). Importance of product attributes for souvenir purchase preference: A viewpoint of foreign tourists in south africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure* 6, 1-10.
- Oviedo Garcia, V. V. (2016). Tourist satisfactions and the souvenir shopping of domestic tourist: Extended weekends in Spain. *Current Issues in Tourism*, 845-860.
- Öter, Z. (2010). Türk el sanatlarının kültür turizmi bağlamında değerlendirilmesi. *Milli Folklor Dergisi* 22, 174-185.
- Salman, F. Z. (2010). Erzurum yöresel geleneksel erkek giysilerinin özellikleri. *Sanat Dergisi* 1-(17), 25-30.
- Sarıçay, N. (2012). Gülümseten sektör: Hediyeelik eşya sektörü ekonominin nabzını yükseltebilir mi? *İzmir Sanayi ve Ticaret Odası AR&GE Bülteni*.
- Swanson, K. P. (2006). Travel motivations as souvenir purchase indicators. *Tourism Management*, 27 (4), 211-224.
- Swanson, K. T. (2012). Souvenirs: Icons of meaning, commercialization and commoditization. *Tourism Management* 33 (3), 489-499.
- Şengül, S. G. (2016). Festival turizmi kapsamında yöresel mutfak kültürünün destekleyici ürün olarak kullanılması: Mudurnu ipekyolu kültür sanat ve turizm festivali örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (23), 79-89.
- Terzioğlu, M. (2016). Müzik sanatında kültürel etkileşim ve gelenek (Erzurum ili örneği). *International Journal of Cultural and Social Studies* 2(1), 108-118.
- Vasheghani, F. E. (2014). Effective factors on souvenir purchase: The case of foreign tourist wievpoint in tehran city. *Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal* 4(2)., 147-167.
- Wilkins, H. (2011). Souvenirs: What and why we buy. *Journal of Travel Research*, 50 (3), 239-247.
- Wong, C. (2014). Exploring the effects of heritage site image on souvenir shopping attitudes: The Moderating role of perceived cultural difference. *Journal of Travel&Tourism Marketing*, 476-492.
- Yanar, A. (2016). Using the culturel identity and geographical indication in touristic souvenirs: Case of Turkey. *Social Sciences* 11(4), 258-269.

