



Turizm Akademik Dergisi

Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



Manisa'da Yöresel Yemeklerin ve Lezzetlerin Turizmin Gelişimine Katkısının Belirlenmesi*

Eda ÖZLEYEN^a, Mustafa TEPECİ^b

^a Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Öğrencisi, İZMİR

^b Celal Bayar Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, MANİSA

Öz

Bu çalışmada Manisa'da yöresel yemeklerin ve lezzetlerin il turizminin gelişimine nasıl katkı sağlayabileceğinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Nitel araştırmalarda en çok tercih edilen veri toplama yöntemi olan görüşme tekniğine başvurulmuş ve veri toplama sürecinde yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Manisa il merkezinde bulunan seyahat acentesi, otel ve lokanta çalışan ve yöneticileri, yerel üreticiler, Lokantacılar Odası Başkanı, Tarım İl Müdürlüğü Organik Tarım Koordinatörü, İl Kültür ve Turizm Şube Müdürü ve ziraat mühendisi öğretim üyesi dahil olmak üzere toplamda 19 kişi ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Toplanan veriler betimsel analiz tekniği kullanılarak incelenmiştir. İnceleme sonuçlarına göre katılımcıların 18'i bu yöresel yemeklerin il turizmi için çekicilik unsuru olmadığını ve bilinirliğinin az olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca yöresel yemeklerin tanınırlığının az olması nedeniyle araştırmaya katılan lokanta ve otel işletmelerinin menülerini oluştururken yöresel yemeklere fazla yer vermedikleri tespit edilmiştir. İl genelindeki restoranlarda hizmet kalitesi iki katılımcı hariç 17 kişi tarafından yetersiz bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Gastronomi Turizmi, Manisa, Yöresel Yemekler.

Abstract

The purpose of this study is to explore how the local food and gastronomic values may contribute to the improvement in tourist numbers and tourism development of Manisa. This is a qualitative study that adopts the interview method which is one of the most common methods of the qualitative research; a semi-structured interview form has been used as the data gathering tool. Data collecting process has been carried out and the sample of the study consisted of 19 people in total, including workers and managers from travel agencies, hotels and local restaurants, two local producers, the head of the Manisa Chamber of Restaurateurs, the Organic Agriculture Coordinator of Manisa, the Vice Director of Manisa Provincial Directorate of Culture and Tourism, and an agricultural engineer who is employed as a university professor. The gathered data have been subjected to a descriptive analysis. Prominent local dishes of Manisa have been identified by the results of the analysis and their effects on the tourism demand toward Manisa have been determined. Eighteen participants stated that the local dishes were not considered as major attractions for Manisa and tourists were not aware of them. Furthermore, it was observed that the local dishes were not largely included in the menus by the diners and hotels since the recognition levels of the dishes were not high. In addition, the overall quality of service in the restaurants within the province was considered inadequate by 17 participants out of 19.

Keywords: Gastronomy, Gastronomy Tourism, Manisa, Local Foods.

JEL CODE: L83, L66

Makalenin Geçmişi:

Gönderim Tarihi : 14.11.2017

Düzeltilme : 09.12.2017

Kabul : 17.12.2017

* Bu çalışmanın kısa versiyonu Manisa'da Yöresel Yemeklerin ve Lezzetlerin Turizmin Gelişimine Katkısının Belirlenmesi başlığı ile 20-23 Ekim 2016 Muğla Bodrumda gerçekleştirilen 17. Ulusal Turizm Kongresinde sunulmuş ve bildiler kitabında basılmıştır.

GİRİŞ

Günümüzde turistlerin seyahat tercihlerinde etkili olan unsurlarda değişimler yaşanmakta, destinasyonlardaki farklı kültürlerin yaşam tarzı, tarihi, mimarisi ve yöresel mutfağı bu tercihlerde belirleyici olmaktadır (Çevik ve Saçılık, 2011; Zağralı ve Akbaba, 2015). Turistlerin seyahat motivasyonları çeşitlenmiş, bu motivasyonlar arasında destinasyonların sahip olduğu yöresel yiyecek ve ürünler daha önemli rol oynamaya başlamıştır (Kivela ve Crotts, 2005; Lopez-Guzman ve Canizeras, 2011; McKercher, Ottenbacher vd., 2016; Okumuş ve Okumuş, 2008; Quan ve Wang, 2004; Su, 2015). Örneğin Lopez-Guzman vd. (2014)'nin İspanya'da gerçekleştirdiği çalışmada, yabancı turistlerin İspanya'yı ziyaret etmesinin önemli seyahat motivasyonları arasında, ikinci sırada gastronomi yer almaktadır

Gastronominin önemli bir seyahat motivasyonu haline gelmesi ve turistlerin tekrar ziyaret niyetlerini güçlendirmesi, son zamanlarda yöresel yiyecek ve içecekleri, turist destinasyonlarının çekiciliğinde destekleyici turizm ürünü olmasından çıkarmış ve destinasyonların başlı başına önemli turizm ürünleri arasında yerini almasını sağlamıştır (Brokaj, 2014; Cömert, 2015; Green ve Dougherty, 2008; Hall ve Mitchell, 2006; Ling 2010; Tikkanen, 2007). Örneğin Fransa'da Lyon ve Bordo, İtalya'da Toscana ve Avustralya'da Melbourne şehirlerinde şarap turları ve Almanya'nın Münih kentinde Oktoberfest (Ekim Festivali) gibi önemli etkinlikler, bu şehirlerin önemli turizm ürünleri arasında yer almaktadır. Özet olarak, gastronomi değerleri ve turizm arasında önemli bir bağ bulunmakta ve gastronomi, turistlerin tatil deneyimlerinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır (Henderson, 2009).

Aynı zamanda yöresel yemek ve ürünler o destinasyon ile bütünleşmekte ve gastronomik bir kimlik oluşturmaktadır. Bu sayede turistlerin aklında destinasyonun sahip olduğu gastronomi unsurları çağrışım yapmaktadır (Çalışkan, 2013). Örneğin pizza denince akla İtalya, peynir denince Fransa ve kebab denince Türkiye gelmesi ve Fransa, Avustralya'da Sidney ve Melbourne, Kaliforniya'da Napa ve Sonoma vadilerinin önemli şarap destinasyonları olarak tanımlanması (Kivela ve Crotts, 2006), destinasyonların yöresel yiyecek, içecek ve ürün kimliğine sahip olduğunun önemli bir göstergesidir. Yöresel yiyecek, içecek ve ürünler, destinasyonların güçlü bir sembolü ve kimliği haline gelerek destinasyonların tanıtımını sağlayan önemli bir unsurdur (Seo, Yun, ve Kim, 2014). Bu şekilde gastronomik kimlik oluşturan destinasyonlar, rakiplerine göre önemli avantaj sağlamaktadır (Du Rand ve Heath, 2006; Green ve Dougherty, 2009; Lopez-Guzman vd., 2014).

Turistlerin seyahatlerini gerçekleştirdiği destinasyonlarda, yöresel yiyecek ve içecekleri deneyimlemek ve yöredeki yemeklerin yapım aşamalarını da gözlemlemek istemeleri (Sormaz, Akmeşe, Güneş, ve Aras, 2015), destinasyonlar için gastronomi turizmini önemli arttırmıştır. Bundan dolayı, işletmeler ve destinasyon yönetim örgütleri tarafından yöresel yiyecek ve içecekler pazarlama aracı olarak kullanılmaktadır (Aksoy ve Sezgi, 2015; Henderson, 2009; Kivela ve Crotts, 2005; Şahin ve Ünver, 2015; Zağralı ve Akbaba, 2015). Ayrıca yöresel yiyecek ve içecekler dışında, gastronomi festivalleri, yemek kursları ve müzeler de destinasyonların pazarlanmasında önemli rol oynamaktadır (Sormaz vd., 2016).

Türkiye tarih öncesi çağlardan beri çok sayıda medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Bu medeniyetlerin her birinin farklı kültürüne sahip olması Türkiye'nin zengin bir mutfak kültürüne sahip olmasını sağlamıştır (Aksoy ve Sezgi, 2015; Gülen, 2017; Şahin ve Ünver, 2015). Özellikle Türkiye'de Adana, Mersin, Hatay, Urfa, Mardin gibi kentler, gastronomi turizmi potansiyelinin fazla olduğu kentler arasında yer almaktadır (Şahin ve Ünver, 2012).

Türkiye'de gastronomi turizmi potansiyeli bakımından zengin olan bir diğer kent Manisa'dır. Manisa, ilk çağlardan beri Hitit, Lidya, Pers, Makedonya İmparatorluğu, Bergama Krallığı, Roma İmparatorluğu, Bizans İmparatorluğu, Saruhan Beyliği ve Osmanlı İmparatorluğu'na ev sahipliği yapmıştır (Manisa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017). Adı geçen medeniyetlerin sahip olduğu farklı yemek kültürleri Manisa mutfağının zenginleşmesine katkı sağlamıştır. Ayrıca Manisa gastronomi turizmi için yiyecek ve içecek girdisi sağlaması açısından zengin tarımsal (zeytin, üzüm, kiraz, domates, kavun gibi) ve hayvansal (tavuk ve kuzu eti gibi) ürünlere sahiptir.

Manisa ilinin zengin tarihi, kültürel değerleri ve ürün çeşitliğine sahip olması, ilde gastronomi turizminin geliştirilmesi için yeterli potansiyel olduğunu göstermektedir. Ancak yazın taraması ile, Manisa ilinde yöresel yemeklerin ve gastronomik unsurların turizmin gelişimine potansiyel katkısının belirlenmesi ile ilgili herhangi bir araştırma yapılmadığı belirlenmiştir. Yöresel yemeklerin destinasyonlar için önemli bir çekim unsuru olduğu ve turistlerin seyahat motivasyonlarını etkilediği daha önce yapılan çalışmalarda ortaya konmuştur (Kivela ve Crotts, 2006; Lopez-Guzman ve Canizeras, 2011; McKercher vd., 2008; Quan ve Wang, 2004). Manisa'ya yılda konaklamalı yaklaşık 300 bin yerli ve 20 bin yabancı turist gelmektedir (Manisa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017). Gastronomi turizminin gelişmesi Manisa ilinin hem turizm ürününün çeşitlenmesine hem de il'e gelen turist sayısının

artmasını sağlayabilecektir. Bu nedenle bu çalışmanın amacı, Manisa'nın gastronomik unsurlarının ve yöresel yemeklerinin Manisa turizminin gelişimine nasıl katkı sağlayabileceğinin belirlenmesidir.

LİTERATÜR TARAMASI

Bu bölümde genel olarak gastronomi turizmi ve gastronomi turizminin gelişimine etki eden yöresel unsurlar açıklanmış daha sonra da Manisa mutfağı ve yöresel ürünleri tanıtılmaya çalışılmıştır.

Gastronomi Turizmi ve Yöresel Unsurlar

Gastronomi turizminin tanımlarına yer vermeden önce 'gastronomi' kavramını açıklamak gerekmektedir. Gastronomi kavramı alan yazında 'yemek sanatı' olarak tanımlansa da farklı araştırmacılar tarafından farklı tanımlamalar yapılmıştır (Çevik ve Saçılık, 2011). Gastronomi 'yeme içme sanatı olmayıp, yiyecek ve içecek ile ilgili her bileşenin bilim, sanat ve kültür ile olan etkileşimidir (Çalışkan, 2013:39). Santich (2004)'e göre gastronomi, yiyecek ve içeceklerin nerede, ne zaman, ne şekilde, niçin ve hangi bileşenler ile tüketileceği hakkında tavsiye vermek veya rehberlik etmek olarak tanımlanmaktadır. Kivela ve Crotss (2006:354)'da gastronomiyi '*iyi yemek yeme ve pişirme sanatı*' olarak tanımlamaktadır.

Yöresel yiyeceklerin ve yemeklerin, önemli bir turist çekiciliğine dönüşmesi, gastronomi turizminin doğmasına neden olmuştur. Gastronomi turizmi, turist çekmek adına yöresel yiyecek ve yemek kültürünü kullanan ciddi bir aktivitedir (Su, 2015). Hall ve Mitchell (2006:137)'e göre gastronomi turizmi 'Öncelikli motivasyon faktörü olarak birincil ya da ikincil yiyecek üreticileri, yiyecek festivalleri, restoran, ya da özel bölgelerin yiyecek tadımını deneyimlemek için gerçekleştirilen ziyaretler' olarak tanımlanmaktadır. Bu tanıma göre turistlerin seyahatlerinde sadece herhangi bir restorana gitmeleri gastronomi turizmi olarak değerlendirilmemelidir. Turistlerin seyahatlerinde özellikle belirli bir yiyecek ve spesifik bir bölgede yetişen bir ürünü deneyimlemek istemeleri ya da özel aşçıların yaptıkları yemekleri tatmak için seyahate çıkmaları gastronomi turizmidir. Gastronomi turizmi sadece restoranları ve herhangi bir mutfak ile ilgili bir deneyimi kapsamaktadır. Bu sektörün içinde, 'yemek okulları, yemek kitapları satan işletmeler, gastronomi tur operatörleri, tur rehberleri, gastronomi ile ilgili medya, dergiler, televizyon programları, gastronomiyi kapsayan etkinlikler, şarap bağları, tarla sahipleri, üreticiler ve bira fabrikaları ve içki damıtma merkezlerini kapsamaktadır' (Çağlı, 2012:24).

Gastronomi turizmi kapsamında şarap turizmi, bira turizmi, çikolata turizmi, zeytin ve zeytin yağı turizmi ve peynir turizmi vb unsurlar sayılmaktadır. Dünyada Almanya, Avustralya, Fransa, İtalya ve İspanya gibi ülkeler gastronomi turizmi ve bunun alt başlıklarının geliştiği ülkeler arasında yer almaktadır (Şahin ve Ünver, 2015). Örneğin bu ülkelerde peynir üreticilerine, zeytin yağı fabrikalarına, üzüm bağlarına turlar düzenlenmektedir. Ayrıca, turistler yer mantarı, zeytin ve üzüm bağlarından üzümlerin toplaması gibi aktivitelerle katılmaktadırlar (Kocaman ve Kocaman, 2014). Gastronomi turizmi, bölgelerin kültürel mirasının inşa edilmesi, yemek deneyimi kazanılması, kaliteli yiyecek talebine yanıt verilmesi ve ekonomik olarak destinasyonların gelişimine katkı sağlamaktadır (Green ve Dougherty, 2009). Ayrıca gastronomi turizmi faaliyetlerinin yaygınlaşması destinasyonlara aşağıdaki faydaları sağlayabilir:

- Yöresel yiyecek ve ürünler turistlerin otantik bir deneyim elde etmesini sağlamaktadır. Bu deneyim sayesinde turistler o destinasyon ile aralarında güçlü bir bağ kurar. Bazı destinasyonlara turistler sırf o ürünleri tatmak için ziyaret gerçekleştirirler.
- Gastronomi ile ilgili mevcut olan ürünler (tarım ürünleri, şarap, aşçılık okulları, ünlü restoranlar vb.) turistlerin o destinasyonu ziyaret etmesini ve restoranlarda yemek yemelerini ve yine konaklama tesislerinde kalmalarını sağlamaktadır. Ayrıca gastronomi ürünleri sayesinde turistlere yönelik zeytin ve üzüm hasat şenlikleri veya şarap festivalleri gibi etkinlikler düzenlenmektedir (Hall ve Mitchell, 2006).

Manisa Mutfağı ve Yöresel Ürünleri

Manisa ilinin tarihi M.Ö. 3000 yıllarına dayanmaktadır. İlin tarih boyunca önemli birçok medeniyete ev sahipliği yapması ve aldığı göçler, yöre mutfağının başka kültürlerden etkilenip daha zengin bir içeriğe ulaşmasını sağlamıştır. Manisa mutfağı, Türk mutfağına has önemli tarifleri içermenin yanı sıra kendine özgü yöresel lezzetlere de sahiptir. Et ve süt ürünleri ile meyve ve sebzeler Manisa mutfak kültürünün temelini oluşturmaktadır (Manisa Mutfağı, 2017).

Manisa ilinde iklimin elverişli olmasından dolayı çok sayıda tarım ürünü yetişmektedir. Türkiye'de yetişen üzüm ve zeytinin önemli bölümü Manisa ilinde yetişmektedir. Ayrıca Manisa ilinde yetişen başlıca tarım ürünleri, 'buğday, arpa, pirinç, mısır, nohut, bakla, susam, kereviz, domates, biber, patlıcan, pırasa, fasulye, ıspanak ve lahanadır. Çekirdeksiz üzümün en fazla yetiştirildiği yer Manisa'dır, bu nedenle Manisa ili üzüm-

mün anavatanı olarak adlandırılmaktadır. İlde yetişen diğer önemli meyveler ise 'şeftali, kiraz, zeytin, badem, armut, ceviz, kestane ve nardır. Ayrıca Türkiye'de kavun ve karpuz üretiminde Manisa ili dördüncü sıradadır (Manisa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017).

ya rastlanmaması ve Manisa ilinde yöresel yemeklerin turizme katkısının nasıl olduğunun belirlenmesi için yöresel lokantalar ve kamu ve sivil toplum kuruluşlarının yetkilerinin görüşlerine başvurularak düşüncelerinin derinlemesine ve genişlemesine ortaya çıkarılmasının hedeflenmesidir.

Tablo 1: Manisa'nın Yöresel Yemekleri

Zeytinyağlılar Sebze Yemekleri	Alabacak, Avukma Kızartma, Bakla Dizmesi, Bakla Kızartması, Çiğirtma, Çivicik Mantarı, Fasulye Dizmesi, Galle, Yaprak Sarma.
Çorbalar	Akhisar Paça, Alaca Çorba, Boyun Çorbası, Dutmaç Çorbası, Ovmaç Çorbası, Tavuklu Topalak Çorbası.
Düğün Yemekleri	Demirci Keşkeği, Kavurmalı Pilav, Etli Patates, Kesme Çorba, Etli Nohut,
Et Yemekleri	Akhisar Köfte, Demirci Kebabı, Elbasan Kebabı, Et Yahnisi, Güveç, Kapama, Kağıt Kebabı, Manisa Kebabı, Salihli Odun Köfte, Topalak, Kapama.
Hamur İşleri ve Yemekleri	Alaşehir Kapama, Kabak Köftesi, Kukumak Mantısı, Mangır Aşı, Nohutlu Hurma, Nohutlu Kapçık, Nohutlu Mantı, Akhisar Katmeri, Kaşık Pidesi.
Tatlılar ve Şekerlemeler	Bintepe Tatlısı, Gelin Kız Helvası, Kaymaçına, Mesir Macunu, Padişah Şekeri, Su Muhallebisi, Zerde.

Kaynak: (Avşar, 2014)

Mesir macunu yemek kültürünün vazgeçilmez bir unsuru olmasa da kentin önemli simgelerinden olup, Manisa ile özdeşleşmiştir. Kentte her yıl Nevruz haftasında (21-24 Mart) Mesir Macunu karımı yapıp Nisan ayında saçım festivali gerçekleştirilir (Döner ve Tepeci, 2014). Mesir Macunu Festivali 2012 yılında UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesi'ne girmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017). Manisa'nın öne çıkan yöresel yemekleri Tablo 1'de özetlenmiştir.

Manisa çekirdeksiz kuru üzüm ve ürünleri ile zeytin ve zeytinyağı açısından önemli bir üretim merkezidir. Gastronomik değerler olarak düşünüldüğünde; sofralık üzüm, kuru üzüm, yaprak sarma, şarap, şıra (üzüm suyu), üzüm pekmezi ve reçeli, pestil ve sirke yerli ve yabancı turistlere sunulabilecek üzüm ve ürünleri olarak öne çıkmaktadır (Diken ve Tepeci, 2017). Zeytin çeşitleri ve zeytinyağlı yemekler de turistlere sunulabileceği gibi, üzüm ve ürünlerinde olduğu gibi turistlerin geri dönerken alıp evlerinde tüketim ve hediyelik ürün açısından değerlendirebilecekleri ürünlerdir (Özleyen ve Tepeci, 2016).

YÖNTEM

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemine başvurulmasının nedeni alan yazın taraması yapıldığında konu ile ilgili çalışma-

Araştırmanın Örnekleme

Bu çalışmada keşfedici ve zengin bilgiye ihtiyaç duyulduğundan nitel araştırma yöntemi tercih edilmiş ve istenen bilginin elde edilebileceği amaçlı örneklem yöntemi kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Amaçlı örneklem çeşitlerinden olan maksimum çeşitlilik yöntemi örnekleme yoluyla, Manisa il merkezinde bulunan A grubu seyahat acentelerinde çalışan 3 kişi, Turizm İşletme Belgeli otelde restoran şefi, Belediye İşletme Belgeli lokanta çalışanı ve yöneticisi 9 kişi, Manisa Lokantacılar Kebabçılar Tatlıcılar ve Yoğurtçular Odası Başkanı, 2 yerel üretici çiftçi, Manisa Tarım İl Müdürlüğüne bağlı Organik Tarım Genel Koordinatörü, İl Kültür ve Turizm Şube Müdürü ve ziraat mühendisi öğretim üyesi dahil olmak üzere toplamda 19 kişi ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır.

Maksimum çeşitlilik yönteminde zengin bilgi elde edebilmek için farklı niteliklere sahip kişileri araştırmacı çalışmasına dahil ederek örneklemini oluşturur. Bu sayede araştırmacı çalışmasının amacı doğrultusunda belirlediği araştırma sorularına farklı bakış açıları içeren yanıtlar toplar (Özsevgeç, 2016). Çalışmaların bilimsel kurallara dayandırılması için araştırmacı, veri toplamayı planladığı kişilerin neden ve niçin seçildiğini belirtmesi gerekmektedir (Kozak, 2015). Bu kapsamda lokanta ve otellerde çalışan aşçılar ile birlikte yerel üreticilerin seçilmesinin nedeni, Manisa'nın

yöresel yemekleri ve tarım ürünleri hakkında daha iyi bilgi alınabileceğinin varsayımıdır. Ayrıca seyahat acentelerinin çalışma örneğine dahil edilmesinin sebebi, Manisa ili kapsamında düzenlenen turlara katılan kişilerin Manisa'nın hangi yöresel yemeklerini talep ettikleri ile ilgili bilgilere ulaşılma istenmesidir. Öğretim üyesi, organik tarım koordinatörü, turizm müdürü ve yerel ürün üreticileri uygulama tecrübeleri ve konunun bütününe hakimiyetleri açısından örnekleme dahil edilmiştir.

Ölçme Aracı

Bu çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılmıştır. Görüşme yöntemi nitel araştırmalarda en sık başvurulan veri toplama aracıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Çalışmada veriler önceden hazırlanmış görüşme formundaki sorular sorulup katılımcılardan yanıtlar alınarak kaydedilmiştir. Mülakatlarda kullanılan görüşme formu konu ile ilgili literatür (Bucak ve Ateş, 2014; Çalışkan, 2003; Kivela ve Crofts, 2006) incelenerek ve alanda uzman 3 akademisyenin görüşleri alınarak oluşturulmuştur. Görüşme formunda yer alan soruların açık uçlu ve anlaşılır olmasına ve katılımcıyı yönlendirmemesine özen gösterilmiştir.

Bu çalışmada Manisa ilinde bulunan kamu kuruluşları, seyahat acentesi, yerel üreticiler ve otel ve restoranlara yönelik toplamda 4 adet görüşme formu hazırlanmıştır. Kamu kuruluşlarına yönelik hazırlanan görüşme formu 9 adet sorudan, seyahat acentelerine yönelik hazırlanan görüşme formu 8 sorudan, yerel üreticilere yönelik hazırlanan görüşme formu 4 sorudan ve restoranlara yönelik hazırlanan görüşme formu 14 adet sorudan oluşmaktadır. Bu sorular analiz kısmında yanıtlarıyla birlikte sunulmakla birlikte genel olarak şu şekildedir: Manisa'nın ili ziyaret eden turistlere sunabileceği yöresel yemek, ürün ve içecekleri nelerdir? Turistler bunlardan hangilerine daha fazla ilgi göstermektedir? Restoran menülerinde Manisa iline ait hangi yöresel yemekler yer almaktadır? Restoranlarda hizmet kalitesi ne düzeydedir? Manisa'nın yöresel yemeklerinin tanınırlığının artması için yapılacak çalışmalar nelerdir? Ayrıca yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanıldığı için katılımcılara mülakat sırasında konularla ilgili derinlemesine açıklanması istenen ek sorular da yöneltilmiştir.

Veri Toplama Süreci

Mülakat verileri, Manisa il merkezinde 20-29 Haziran 2016 tarihleri arasında 19 katılımcı ile bireysel olarak görüşülerek toplanmıştır. Görüşmeye başlamadan önce katılımcılara araştırmanın amacı, gastronomi turizmi ve coğrafi işaretleme hakkında kısa bir açıklama

mada bulunulmuştur. Görüşmeler 25-35 dk. arasında farklı süreler ile katılımcıların işyerlerinde gerçekleştirilmiştir. Katılımcılardan görüşmelerde ses kayıt cihazı kullanılması için izin istenmiştir. Fakat katılımcılardan tamamı görüşmelerin ses kayıt cihazına kaydedilmesine sıcak bakmamıştır. Bu nedenle görüşmelerden elde edilen bilgiler araştırmacılar tarafından not edilmiştir. Mülakatlardan hemen sonra katılımcıların yanıtlarının yer aldığı notlar, bilgisayar ortamına aktarılmıştır.

Verilerin Analizi

Katılımcılardan elde edilen veriler nitel araştırma yöntemi analiz tekniklerinden olan betimsel analize tabi tutulmuş ve katılımcıların görüşlerinden yer yer alıntılar eklenerek yorumlanmıştır. Betimsel analizde bireylerin ifadelerini çarpıcı bir şekilde yansıtmak için doğrudan alıntılara sıklıkla yer verilmektedir. Bu tür analizde amaç elde edilen bulguları düzenlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde okuyucuya yansıtmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2013:256). Araştırmacıya kolaylık sağlaması için ve katılımcıların bilinmezliğinin korunması adına katılımcılar isim veya kurum belirtilmeksiz K1, K2, K3.....K19 şeklinde rastgele numaralandırılmıştır.

BULGULAR

Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Çalışmaya katılan görüşmeci sayısı 19'dur. Katılımcıların 1'i kadın, 18'i erkektir. Tablo 2'de belirtildiği üzere katılımcıların 6'sı üniversite mezunudur. Katılımcılardan 7'si ilkökul, 5'i lise ve 1'i ise ortaokul mezunudur. Katılımcıların sektör deneyimi 9 ile 35 yıl arasında değişmekte, sektör deneyimleri sonucunda sahip olunan mesleki bilgi ve deneyimler araştırma açısından anlamlı ve değerlidir. Çalışmanın yapıldığı kişiler ve çalıştıkları kurumlar ile ilgili bilgiler Tablo 2'de belirtilmektedir.

şu şekildedir: 'Manisa mutfağı zengin kültürel değerlere sahiptir. Çünkü Manisa ili tarih boyunca farklı medeniyetlerin yerleşimine ev sahipliği yapmıştır. İlin öne çıkan gastronomi unsurları şunlardır: Akhisar köfte, Manisa kebabı, kuru üzüm, Kırkağaç kavunu ve Salihli odun köftedir. Ayrıca özellikle Manisa'nın köylerinde düğün ve bayram zamanlarında da keşkek yemeği il mutfağı için önemlidir' (K1). 'Çoğu kişinin Manisa denince ilk aklına geldiği ürün Manisa mesir macunudur. Her yıl Mart ve Nisan aylarında Manisa Mesir Macunu Karma Töreni ve Festivali yapılmaktadır. Mesir, Manisa ilinin en önemli ve en çok tanınan yöresel ürünüdür. Yine mesir macunu haricinde Kula güveç kapama, şekerli pide ve Akhisar köfte Manisa iline özgü ve ön plana çıkan yöresel yemekler arasındadır.' (K15).

Tablo 2: Katılımcıların Demografik Özellikleri

	Cinsiyet	Eğitim Düzeyi	Sektör Deneyimi (yıl)	Çalıştığı Kurum ve Görevi
Katılımcı 1	Erkek	Üniversite	10	Seyahat Acentası Müdürü
Katılımcı 2	Kadın	Lise	15	Tur Operatörü
Katılımcı 3	Erkek	Üniversite	12	Tur Operatörü
Katılımcı 4	Erkek	İlkokul	9	Restoran Şefi
Katılımcı 5	Erkek	İlkokul	20	Aşçı
Katılımcı 6	Erkek	İlkokul	25	Aşçı
Katılımcı 7	Erkek	Lise	18	Aşçı
Katılımcı 8	Erkek	Lise	9	Aşçı
Katılımcı 9	Erkek	Ortaokul	17	Aşçı
Katılımcı 10	Erkek	Üniversite	17	Restoran Şefi
Katılımcı 11	Erkek	İlkokul	20	Aşçı
Katılımcı 12	Erkek	İlkokul	30	Çiftçi
Katılımcı 13	Erkek	İlkokul	35	Çiftçi
Katılımcı 14	Erkek	Üniversite	10	Organik Tarım Koordinatörü
Katılımcı 15	Erkek	İlkokul	25	Manisa Lokantacılar Odası Başkanı
Katılımcı 16	Erkek	Üniversite	10	Öğretim Üyesi
Katılımcı 17	Erkek	Üniversite	25	İl Kültür ve Turizm Şube Müdürü
Katılımcı 18	Erkek	Lise	13	Aşçı
Katılımcı 19	Erkek	Lise	17	Aşçı

Manisa'nın Gastronomik Ürünlerinin Çekim Unsuru Olmasına İlişkin Bulgular

Katılımcılar ile gerçekleştirilen görüşmeler sonucu, Manisa'nın ön plana çıkan yöresel yemek, ürün ve içecekleri; Manisa kebabı, kuru üzüm, zeytin ve zeytin yağı, yaprak sarma, elbasan, kuzu tandır, Salihli odun köfte, Akhisar köfte, Alaşehir sodası, şevketi bostan, zerde, sinkonta, Demirci kebabı, Mesir macunu, Kula güveç kapaması, şekerli pide, keşkek, Koldere ve Kula şaraplarıdır. Bazı katılımcıların konu ile ilgili görüşleri

Katılımcıların çoğu Manisa Koldere ve Kula'da üretilen şarap, Manisa yaş ve kuru üzümü, Manisa kebabı ve Salihli odun köftesine yerli ve yabancı misafirlerin ilgi gösterdiklerini ifade etmiştir. Bazı katılımcıların konu ile ilgili görüşleri şu şekildedir: 'Turlarımıza katılan müşterilerimiz Manisa kebabı, Koldere şarabı ve kuru üzümü deneyimlemek istemektedir. Özellikle de 4tp markası olarak bilinen Koldere şarabı organik tarım uygulamaları ile üretilmektedir. Turlarımıza katılan misafirlerimizden 4tp şarabını satın almak isteyenlere Koldere'de bulunan fabrikaya götürmekteyiz. Misafirle-

rimizin geneli bu şarabı deneyimledikten sonra beğendiklerini ifade etmiştir. Ayrıca misafirlerimiz arasında bu şarabı tekrar satın almak için Manisa'ya gelenler olmaktadır' (K2). 'Manisa ilinde yaklaşık 20 yıla yakındır işletmecilik yapmaktayım. Salihli odun köfte hem yerli hem de yabancı turistler tarafından ilgi görmektedir. Özellikle de Salihli odun köftenin coğrafi işaret almasından dolayı tanırılığı daha da artmıştır.' (K5).

Manisa'da yetiştirilen ve ön plana çıkan tarım ürünleri, çekirdeksiz sultani üzüm, zeytin, domates, biber, patlıcan, erik, kavun, karpuz, şeftali ve kirazdır. 12 numaralı katılımcı bu durumu şu sözler ile ifade etmiştir: 'Manisa ili çekirdeksiz kuru üzümün Türkiye'de en çok yetiştirildiği ildir. Türkiye üretiminin %85'i Manisa'da gerçekleşmektedir. Bundan dolayı Manisa üzümün anavatanı olarak ifade edilmektedir. Üzüm dışında biber, patlıcan, kiraz, erik, karpuz, kavun ve daha az miktarlarda buğday üretimi de yapılmaktadır. Ayrıca kavun ve karpuz üretiminde de Manisa ili Türkiye 'de 4. Sırada yer almaktadır' (K12).

Onbir numaralı katılımcı Manisa ilinde organik olarak az sayıda ürünün yetiştiği ve bu ürünlere ildeki restoran ve otellerin talebinin sınırlı olduğunu ifade etmiş ve bu durumu şu sözler ile açıklamıştır: 'Manisa ilinde organik olarak üzüm, erik, şeftali, kiraz ve zeytin yetiştirilmektedir. Bu ürünler arasında üzüm üretimi fazladır. Ama az miktarda da olsa mısır ve buğdayda yetiştirilmektedir. Yetiştirilen organik ürünlerin organik tarım sertifikası mevcuttur. Fakat organik ürünler, diğer geleneksel yöntem ile yetiştirilen ürünlere oranla daha az sayıda yetiştirildiği için fiyatları daha pahalıdır. İşletmeler için asıl amaç karlılık olduğundan il çapında birkaç restoran dışında organik ürünlere talep azdır' (K11).

Katılımcıların birisi dışında hepsi Manisa iline ait yöresel yemek ve içeceklerin tek başına ilin çekim unsuru olduğunu düşünmemektedir. Bu durumu K1 ve K9 şöyle belirtmiştir: 'Manisa iline ait yöresel lezzetler yerli ve yabancı turist çekmek için yeterli değildir. Çünkü bu yemeklerin çoğu başka illerde de hazırlanmaktadır. Ondan dolayı Manisa yemekleri tek başına Manisa ilinin önemli turizm çekicilikleri arasında değerlendirilmemektedir. Fakat bu yemekler Manisa ilinin destekleyici turizm ürünü olabilir ve bu yemekler ile Manisa'nın kültürel, tarihi ve mimari öğelerini birleştirecek çekim unsuru olabilir' (K1). 'Manisa iline ait yöresel lezzetlerin kendine has bir tadı olmadığı ve bilinirliğe sahip olmadığı için çekim unsuru olduğunu düşünmüyorum' (K9).

Sadece 2 numaralı katılımcı, Manisa yemeklerinin turist çekebilecek potansiyele sahip olduğunu belirtmiş ve bunu da şöyle ifade etmiştir: 'Mesir macunu, Manisa

kebapı, coğrafi işarete sahip Salihli odun köfte, sultani üzüm, Kırkağaç kavunu diğer ürünlere göre bilinirliği daha fazla olduğundan çekim unsuru olabilir' (K2).

İşletme Menülerinde Yer Alan Yöresel Yemeklere İlişkin Bulgular

İşletme menülerini oluştururken Manisa İline ait hangi yöresel yemeklerin bulunduğu belirlenmesine yönelik soruda, lokantaların menülerinde yer alan yöresel yemeklerin; Manisa Kebapı, Salihli Odun Köfte, Kuzu Kapama, Elbasan, Tandır, Şevketi Bostan, Yaprak Sarma ve Akhisar Köfte olduğu görülmüştür. Katılımcılar işletme menülerini oluştururken Manisa iline ait yöresel yemekleri daha az tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. Bu durumu da 6 ve 18 numaralı katılımcılar şöyle ifade etmiştir: 'İle özgü yöresel yemeklerin yurt içinde ve dışında tanınırılığı fazla olmadığından talep olmamaktadır. Bu sebeplerde menülerimizde yöresel yemeklere ağırlık vermiyoruz' (K6). 'Manisa ilinde yöresel yemeklere yer vermiyoruz. çünkü yemeklerin yapılışı, özel malzeme, sunum, mutfak dizaynı, bilgi ve ustalık istemektedir. Bunlar da maliyetleri arttırmaktadır. Örneğin et kebabları haricinde geri kalan yiyeceklerin malzemesi mevsimsel olduğu için sürekli tedarik zorlaşmaktadır. Bu nedenle Manisa ilindeki yiyecek üreticileri yılın on iki ayı ulaşılabilen yemeklere işletme menülerinde yöresel yemeklerden daha fazla yer vermektedirler' (K18).

Katılımcıların büyük çoğunluğu Manisa Kebapı dışında yöresel yemeklerin çok iyi bilinmediğini ifade etmiş ve bu sebeple de Manisa kebabının menülerinde kesin bulunmasını sağlamaya çalıştıklarını belirtmişlerdir. Konu ile ilgili 5 numaralı katılımcının görüşü şu şekildedir: 'Manisa iline ait en çok bilinen yemek Manisa Kebabıdır. Yurtiçinde başta İzmir olmak üzere birçok ilde Manisa Kebapı satan restoranlar hizmete girmiştir ve Manisa kebabının tanınırılığı artmıştır. Fakat diğer yemeklerimiz aynı ölçüde ilgi görmemektedir. Bu yüzden il genelindeki restoranlar menüleri oluştururken Manisa Kebabının yer almasına özen gösterirler' (K5). Katılımcılar, işletmelerine gelen misafirlerin en çok tercih ettikleri yöresel yemekleri ve

içecekleri ise Manisa kebabı, Salihli odun köfte, elbasan, sarma, üzüm şırası, kuzu kapama, ve Akhisar köfte olarak belirtmişlerdir.

Manisa İlindeki Restoranların Hizmet Kalitesine Ait Bulgular

Manisa ilindeki restoranların hizmet kalitesinin belirlenmesine yönelik soruda katılımcılardan K1, K2, K3, K5, K6, K8, K9, K10, K11, K16 ve K17 ildeki res-

toranların hizmet kalitesi açısından yetersiz, restoranların genelini az personel çalıştırdıklarından dolayı müşterilerin beklentilerini karşılamaktan uzak ve iç dekorasyonlarının demode olduğunu ifade etmişlerdir. Örneğin K3 bu durumu şöyle anlatmıştır: 'İlimizdeki restoranların atmosferi ve dekorasyonları son trendlerden oldukça uzaktır. Genellikle restoranlar birbirine benzer dekor kullanmaktadır ve karlılıklarını artırmak için gerektiğinden daha az personel istihdam etmektedir. Bu sebeple de müşterilerin isteklerine anında yanıt verememektedirler. Ayrıca hizmet kalitesine göre fiyatlar yüksektir' (K3).

Manisa ilinde personel devir hızı çok fazla olduğu için restoranlar hizmet kalitesinde belli bir standardı tutturamamaktadır. Bunu 18 numaralı katılımcı şu şekilde açıklamıştır: 'Restoranlarda çalışan personel düşük ücret ve çalışma koşulları sebebiyle sıklıkla iş yeri değiştirmektedir. Bu durum, sunum hizmetlerinde kalite standartının yakalanamamasına ve çalışanların müşteri memnuniyeti adına yetkin olamadıkları için inisiyatif kullanamamalarına ve müşteri memnuniyetinin düşük olmasına yol açmaktadır' (K18). Sadece katılımcılardan ikisi il genelindeki restoranların hizmet kalitesi ve fiyat politikasından memnun olduklarını belirtmiştir. 15 numaralı katılımcının konu ile ilgili görüşleri şu şekildedir; 'İlimiz genelindeki restoranlar ve lokantalarımız imkanları ölçüsünde iyi hizmet vermektedir. İlimiz çok turistik bir kent olmadığı için daha çok yerel halka hizmet veren restoranlar sınırlı kazançlara sahiptirler ama müşterilerin beklentilerini karşıladıklarını düşünüyorum' (K15).

Yöresel Yemeklerin Tanıtımında Etkili Olacak Çalışmalara Yönelik Bulgular

Manisa'nın yöresel yemeklerinin tanınırlığının artması için yapılacak çalışmaların neler olması gerektiğine yönelik sorularda katılımcıların hepsi Manisa iline özgü yöresel yemeklerin yeteri kadar tanıtımının yapılmadığını ve bu yüzden de yerli ve yabancı turistler tarafından bilinirliğinin az olduğunu belirtmişlerdir. Bunun sonucunda da ulusal ve uluslararası çapta büyük tanıtım faaliyetlerinin yapılması gerektiğini ifade etmişlerdir. Katılımcı K7 ve K18 yapılması gereken etkinlik ve çalışmalar konusunda şunları belirtmiştir: 'Yöresel yemek yarışmaları düzenlenmeli ve bu yarışmalar her sene geleneksel hale getirilmelidir. Bu yarışmalarda dereceye giren adaylara ödüller verilerek, katılımcılar yarışmaya teşvik edilmelidir. Ayrıca yöresel ürünlerin kaliteli sunumlarının yapılabileceği restoranlar açılmalı ve buralarda yöresel yemeklerimizin servisi yapılarak Manisa iline özgü yiyecekler uygun fiyatlarla sunulmalıdır' (K17). 'Yemek ve içecek üzerine ulusal ve uluslararası yayınlar yapan TV kanallarının

yapımcılarının Manisa iline davet edilmesi sağlanmalıdır. Gerçekleşen ziyaretlerde yöresel yemeklerin tüm yapım aşamaları sunulmalıdır. Bu sayede Manisa iline ait yöresel yemeklerin tanıtımları gerçekleştirilir' (K18).

Mesir Festivali gibi gerçekleştirilen ulusal ve uluslararası etkinliklerde yöresel tatlarla ilişkin tanıtım stantlarının açılması gerektiğini belirten 19 numaralı katılımcı, bu durumu şu şekilde açıklamıştır: 'Mesir Festivali'ne farklı ülkelerden çok sayıda katılımcı gelmektedir. Aynı zamanda bu festival ulusal haberlere konu olmaktadır. Bundan dolayı Mesir Festivali haftasında Manisa ilinde stantlar açılmalı ve bu stantlarda Manisa iline özgü yöresel yiyecek ve içeceklerin sunumları gerçekleştirilmelidir' (K19).

Katılımcılardan K2 de ildeki restoranların menülerinde daha fazla yöresel yemeklerin yer alması gerektiğini belirtmiştir. Bu durumu şu sözlerle dile getirmektedir:

'Manisa'daki restoranların menülerinde yöresel yemekler çok nadir bulunmaktadır. Bu yemeklerin tanıtılması için il genelinde restoran ve lokantalar menülerini yöresel yemekler ile çeşitlendirmelidir. Ayrıca restoranlar yaptıkları yemeklerin veya tatlıların içeriğinde yerel ürünleri kullanmalıydılar. Örneğin; İşletmelerinde tatlı yaparken içine Manisa'nın önemli simgelerinden olan mesir macunu da eklenmelidir' (K2). Katılımcılardan K11, 'Manisa'mızın yöresel yemeklerinin çekim unsuru olması ve yurtiçinden veya yurtdışından kişilerin yöresel yemekleri deneyimlemek için ilimize gelmelerini sağlamak adına yemek yarışmalarının yanı sıra yöresel yemek hizmeti veren lokantalarda o yemeklerin yapışlarını kayıt altına alarak, daha sonraları belgesel filmi haline dönüştürülmesi gerektiğini ifade etmiştir.

Manisa, İzmir-İstanbul ve İzmir-Ankara karayollarının üzerinde yer almaktadır. Aynı zamanda bu iki karayolu Ege kıyı şeridindeki turizm faaliyetlerine ulaşımın en yoğun güzergahını oluşturmaktadır. Bu nedenle il sınırları öncesinde ve il sınırları içerisinde yer alan benzin istasyonları, dinlenme alanları ve sosyal tesislerde Manisa iline ait yöresel yiyeceklerin tanıtıldığı broşür, afiş ve panoların yer alması gerektiğini 19 numaralı katılımcı belirtmiştir.

K7, coğrafi işaretleme ile daha çok yerel ürünün veya yemeğin tescillenmesi gerektiğini dile getirmiş coğrafi işaretleme ile tescilli alınan ürünlerin tanınırlığı daha fazla olduğu için, gelen müşterilerin bu ürünleri daha iyi bildiğini ifade etmiştir. Bu durumu şu şekilde belirtmiştir: 'İşletmemizde coğrafi işarete sahip Salihli odun köfteyi misafirlerimiz daha çok tercih etmektedirler ve bu yöresel yemeğimizin tanınırlığı daha fazladır. Yine coğrafi işarete sahip Kırkağaç kavununun da

işletmemizde sunumu bulunmasa da misafirlerimiz merak etmekte ve bu ürünü deneyimlemek istediklerini ifade etmektedirler. Bunun için Manisa kebabı başta olmak üzere diğer yöresel yemeklerimizin de patentlerinin alınması için çalışmalar yapılmalıdır. Ayrıca patente sahip ürünlere müşteriler daha güvenle yaklaşmaktadır. Manisa ilimize ait tescilli ürün sayısını artırmayı başararsak ilimizin daha çok turist tarafından çekim unsuru olacağını düşünüyorum' (K7).

Bilimsel araştırmalar ve envanter çalışmalarıyla yöresel lezzetlerin ortaya çıkarılması ve bunların yemek kitabı haline getirilerek, ücretsiz halka dağıtılması gerektiğini K15 ve K10 dile getirmiştir. Bu sayede yerel yemeklerin halk arasında daha çok bilinirliğinin artacağını belirtmişlerdir. K8, Manisa'da yöresel yemeklerin yapımının öğretileceği yemek kurslarının açılması ve halk eğitim merkezlerinde isteyen kişilere ücretsiz yemek kurslarına katılımlarının sağlanmasının yerel yemeklerin tanınırlığının artmasına katkı sağlayacağını belirtmiştir. Bu durumu da şöyle ifade etmiştir: 'Manisa'da yöresel yemeklerin yerli halk tarafından bile tanınırlığı çok azdır. Önce yerel halka bu yemekleri tanıtmamız gerekmektedir. Bunun için halk eğitim merkezlerinde ücretsiz yöresel yemek kursları verilmelidir. Bu kursları bitiren kişiler evlerinde veya restoranlarda bu yemekleri yaparak tanınmasına katkı sağlarlar' (K8).

Manisa'da özel sektör ve kamu desteği ile mutfak müzesinin açılması gerektiğini K3 dile getirmiş ve özellikle de Mesir Festivali haftasında şehre daha çok yerli ve yabancı turist geldiğinden başta mesir macunu olmak üzere diğer yöresel yemeklerin yapıtlarının gelenlere öğretilmesini sağlamak için müzede sunumlar yapılmasını ifade etmiştir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu araştırma, Manisa ilinde gastronomi unsurlarının ve yöresel yemeklerin Manisa turizminin gelişimine nasıl katkı sağlayabileceğinin belirlenmesine yönelik nitel bir çalışmadır. Araştırma sonucuna göre Manisa'nın ön plana çıkan yöresel yemek, ürün ve içecekleri; Manisa kebabı, yaş ve kuru üzüm, zeytin ve zeytinyağı, keşkek, elbasa, kuzu tandır, kuzu kapama, Salipli odun köfte, Akhisar köfte, Alaşehir sodası, yaprak sarma, Koldere ve Kula şaraplarıdır. Bu yöresel yemek ve içecekler; Avşar (2014), Özleyen ve Tepeci (2016) ve Diken ve Tepeci (2017) çalışmalarında da Manisa'nın önemli gastronomik değerleri olarak belirlenmiştir.

Katılımcılardan sadece biri Manisa iline ait yöresel lezzetlerin tek başına seyahat nedeni olarak çekim unsuru olduğunu düşünürken, 18 katılımcı bu yöresel lezzetlerin kendine has tadı ve bilinirliği olmadığı için tek başına çekim unsuru olmayacağını düşünmektedir.

Alanyazın incelediğinde yöresel yiyecek ve içeceklerin destinasyonlar için önemli bir çekim unsuru olduğu görülmektedir (Aydoğdu vd., 2016; Brokaj, 2014; Çevik ve Saçılık 2011; Shalini ve Duggal, 2005). Yerel yemekler ve gastronomik ürünler yörenin kültürel ve tarihi mirasını yansıtmakta ve aynı zamanda bunlar destinasyonun kimliğinin önemli bir parçası haline gelebilmektedir (Kivela ve Crotts, 2006). Manisa gibi kitle turizminden pay alamayan ve çok fazla turist çeken zenginliklere ve altyapıya sahip olmayan destinasyonlar turistleri çekme ve yerel ekonomiye katkı sağlamak için yöresel yiyecekleri ön plana çıkarabilir. Yerel mutfak ve yiyecekler soyut kültürel mirasın dışı vurumu olmakta ve bunun tüketilmesiyle turistler somut olarak kültürü deneyimlemiş olmaktadır. Manisa'nın sahip olduğu tarihi ve kültürel değerler etkisinde hazırlanan yemeklerde içeriklerin kullanımındaki farklılıklar, farklı hazırlama yöntemleri, pişirme yöntemleri, yiyeceklerin depolanması özgün ve geleneksel mutfak kültürünün unsurları olmaktadır.

Manisa'da yöresel yemeklerin bilinirliğinin az olmasından dolayı restoran ve otel işletmelerinin menülerinde az sayıda yöresel yemeğin yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. Ancak yöresel yemek ve içecekler işletme menülerinde mutlaka yer almalı, böylece turistlerin restoran ve otelleri ziyaretleri esnasında yöresel yiyecekleri deneyimlemesi hem yöresel ürünlerin turistler tarafından bilinirliğinin artmasını hem de yöresel ürünlerin destinasyonlar için çekim unsuru olmasını sağlamaktadır (Hacıoğlu vd., 2009). Bu nedenle Manisa ilinde bulunan restoran ve otel işletmeleri menülerine yöresel yiyecek ve içecekleri de eklemelidirler. Ayrıca Manisa ilinde turistlerin sık ziyaretler gerçekleştirdiği restoran ve otel işletmelerinde Manisa iline özgü kuru üzüm, mesir macunu, şarap, yaprak sarma, Akhisar domat zeytin, zeytinyağı ve Kırkağaç kavunu gibi yerel ürünlerin satışı gerçekleştirilebilir.

Görüşmelerde katılımcıların ikisi dışında, 17'si il genelindeki restoranların hizmet kalitesi ve müşteri isteklerine cevap vermeleri bakımından yetersiz bulduklarını belirtmiştir. Bu sorunu da sınırlı sayıda ve kalifiye olmayan personel çalıştırmalarına ve restoranlarda personel devir hızının çok fazla olduğuna dayandırmışlardır. Turizm sektörünün en önemli sorunları arasında kalifiye olmayan personelin turizm işletmelerinde istihdam edilmesi yer almaktadır. Bu çalışmada da kalifiye olmayan personelin turizm işletmelerinde istihdam edilmesi, çalışma bulgularının alanyazını desteklediğini göstermektedir. Lopez-Guzman ve Cannizares (2011) ve Kivela ve Crotss (2006)'a göre turizm hizmet sağlayıcılarında turistlere yönelik sunulan yiyecek ve içecek hizmetlerinin turist memnuniyeti üzerinde belirleyici etkileri vardır. Ayrıca Ling (2010)'e göre turistlerin seyahatleri sırasında destinasyondaki yiye-

ceklerden memnun kalmaları, tekrar aynı destinasyonu ziyaret etme ve akraba ve arkadaşlarına tavsiye etme olasılığını artırmaktadır. Tüm bu bilgiler ışığında Manisa ilinde otel ve restoranları ziyaret eden turistlerin memnuniyetlerinin sağlanması için kaliteli personel istihdam edilmeli ve yine işletmelerde personel devir hızının azaltılmasına önem verilmelidir.

Manisa'nın yöresel mutfağının tanıtılması için, yemek yarışmalarının düzenlenmesi, mutfak müzelerinin ve ücretsiz yemek kurslarının açılması, yemeklerin belgesellerinin çekilmesi ve coğrafi işaretleme ile yöresel ürünlerin tescil edilmesi gerektiği belirlenmiştir. Bunların dışında Manisa'nın yöre mutfağının tanıtılması için ulusal ve uluslararası etkinliklerde yöresel tatlarla ilişkin tanıtım stantlarının açılması, il sınırları içerisinde ve dışında yer alan benzin istasyonları, dinlenme alanları ve sosyal tesislerde Manisa iline ait yöresel yiyeceklerin tanıtıldığı broşür, afiş ve panoların yer alması gerekliliği de söylenebilir. Yöresel yemeklerin tanınırlığını arttırmak için Manisa'da kamu ve özel sektör desteği ile bir tanıtım ajansı kurularak gastronomi turizmi tanıtma faaliyetleri reklam çalışmaları ile tek elden yürütülebilir. Bu tanıtım ajansı ile ulusal ve uluslararası turizm fuarlarına katılarak yöresel yemekler ve bunlara girdi sağlayan tarım ürünlerinin tanıtımının yapılması sağlanabilir.

Araştırmada elde edilen bulguların sonucuna göre, Manisa ilinde restoran, otel işletmeleri ve destinasyon yönetim örgütlerine yönelik öneriler geliştirilebilir. Bu kapsamda yöresel yemekler turist çekim unsuru olarak değerlendirilip pazarlama faaliyetlerinde kullanılabilir. Manisa'nın simgesi olabilecek yerel yemekler, restoran işletmecileri ve ustaları, üniversite, turizm lisesi ve ilgili uzmanlığı olan diğer kurum ve kuruluşlarla bir araya gelinerek belirlenmeli ve sunumları üzerinde çalışılmalıdır. Manisa ilinde Celal Bayar Üniversitesi'nde gastronomi ve mutfak sanatları bölümünün açılması sağlanabilir. Bu bölümün açılması ve daha sonrasında yüksek lisans ve doktora programlarının da kurulması, gastronomi alanında yürütülen çalışmaların yöreye odaklanmasına ve daha derin ve bilimsel çerçevede gerçekleştirilmesini sağlayabilecektir.

Kula ve Koldere'de bulunan bağlardan elde edilen yöresel şarapların tanıtımını gerçekleştirmek amacı ile her sene şarap festivali düzenlenip, bu festivallerde şarap tadımları gerçekleştirilerek ilçede şarap turizminin gelişmesine katkı sağlanabilir. Manisa ilinin sahip olduğu gastronomi değerlerinin televizyon ve dergilerde tanıtımının yapılması yerli ve yabancı turist sayısının artmasına katkı sağlayacaktır. Alan yazında daha önce gerçekleştirilen çalışmalarda turistlerin Türk mutfağı hakkında bilgileri televizyon ve dergilerden öğrendiği belirlenmiştir (Şanlıer, 2005).

Manisa ilindeki yöresel yemeklerin standart reçetelerinin oluşturulması böylece ille özgü yöresel yemeklerin içinde hangi malzemelerin yer aldığı, pişirme süreleri, yöntemleri ve dereceleri bilinerek, bu yemeklerin gelecek nesillere aktarılması sağlanabilir. Bunları gerçekleştirebilecek bilgi, tecrübe ve teknik donanımına sahip, turizm ve restoran işletmelerinin örgüt kültürü değerlerine uyan (Tepeci, 2011) işgücüne sahip olunması başlamak için ilk adım olabilir. Üniversite'de açılacak Turizm İşletmeciliği ve Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümleri çalışmaları ile yöresel yiyecek ve içeceklerin bilimsel yöntem ve standartlarda incelenerek uygun hijyen şartlarında hazırlanması ve bu yöresel ürünlerin Manisa'nın sahip olduğu tarihi ve kültürel mirası ile harmanlanarak gastronomik değerler olarak sunulmasını gerçekleştirebilecektir. Bu değerlerin sürdürülebilir olması ve marka değerinin sağlanması için Manisa iline özgü ürün ve yöresel yemeklerin belli standartlarda hazırlanarak coğrafi işaret ve tescillerinin alınması sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Aksoy, M. ve Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*.3(3), 79-89.
- Avşar, E. (2014). *Manisa Halk Kültürü*. Manisa: Manisa'yı Tanıtma ve Turizm Derneği Kültür Yayınları.
- Aydoğdu, A., Okay, E. Ö., Köse, Z.C.(2016). Destinasyon Tercihinde Gastronomi Turizmi'nin Önemi. Bozcaada Örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*.1(2),120-132.
- Brokaj, M. (2014). The Impact of the Gastronomic Offer in Choosing Tourism Destination: The Case of Albania. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*. 3(2), 249-258.
- Bucak, T. ve Ateş, U.(2014). Gastronomi Turizminin İl Turizmine Etkisi: Çanakkale Örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 28, 315-328.
- Cömert, M.(2015). Turizm Pazarlamasında Yöresel Mutfakların Önemi ve Hatay Mutfağı Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(1), 64-70.
- Çağlı, I.B. (2012). Türkiye'de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü. Gastronomi Turizmi Örneği. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.
- Çevik, S. ve Saçılık, M.Y. (2011). Destinasyonun Rekabet Avantajı Elde Etmesinde Gastronomi Turizminin Rolü: Erdek Örneği. *12.Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı* (ss. 503-515). Düzce-Akçakoca. 30 Kasım- 4 Aralık 2011.
- Diken, B. ve Tepeci, M. (2017). Determination of the effects of grapes and grape products on the development of (gastronomic) tourism in Manisa. 3rd International Gastronomic Tourism Congress, İzmir, Turkey, December 7-9.
- Döner, G. ve Tepeci, M., (2014). Manisa mesir macunu festivali ziyaretçilerinin festivale katılım nedenleri ve memnuniyet düzeylerini etkileyen unsurların belirlenmesi. *15. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, 782-795, Gazi Üniversitesi, Ankara, 13-16 Kasım.
- DuRand, G.E. ve Heath E. (2006). Towards a Framework for Food Tourism as an Element of Destination Marketing. *Current Issues In Tourism*, 9(3), 206-234.
- Green, P.G. ve Dougherty, M.L. (2009). Localizing Linkages for Food and Tourism: Culinary Tourism as a Community Development Strategy. *Community Development*, 39(3), 148-158.
- Gülen, M. (2017). Gastronomi Turizm Potansiyeli ve Geliştirilmesi Kapsamında Afyonkarahisar İlinin Değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*.1(1), 31-47.
- Hacıoğlu, N., Girgin, G.K. ve Giritlioğlu, İ. (2009). Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Pazarlama Faaliyetlerinde Yöresel Mutfakların Kullanımı: Balıkesir Örneği: 3. Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri. Antalya. 17-18 Nisan.
- Hall, M.C. ve Mitchell, R. (2006). 'From Tourism Business Frontiers: Consumers, Products and Industry' İçinde C.Costa (Editör), *Gastronomy, food and wine tourism*, ss.138-147.
- Henderson, J.C. (2009). Food Tourism Reviewed. *British Food Journal*.111(4), 317-326.
- Kivela, J. ve Crotts, J.C. (2005). Gastronomy Tourism: A Meaningful Travel Market Segment. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2/3), 39-55.
- Kivela, J. ve Crotts, J.C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourist Experience a Destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Kocaman, M. ve Kocaman, E.M. (2014). The Importance of Cultural and Gastronomic Tourism in Local Economic Development: Zile Sample. *International Journal of Economics and Financial Issues*.4(4), 735-744.
- Kozak. M. (2015). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayın Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2017). Mesir Macunu Festivali,<http://aregem.kultur.turizm.gov.tr/TR,50999/mesir-macunu-festivali.html>, Erişim Tarihi:(03.Aralık.2017)
- Ling, L.Q., Karim, M.S., Othman, M., Adzahan, N.M. ve Ramachandran, S. (2010). Relationship Between Malaysian Food Image, Tourist Satisfaction and Behavioural Intention. *World Applied Sciences Journal*, 10, 164-171.
- Long, L. (2003). *Culinary tourism*. Lexington. ABD: TheUniversity Press Of Kentucky.
- Lopez-Guzman, T. ve Canizares, S.S. (2011). Gastronomy, Tourism and Destination Differentiation: A Case Study in Spain. *Review of Economic & Finance*, 63-72.
- Lopez-Guzman, T., Hernandez-Mogollon, J. ve Dı-Clemente, E.(2014). Gastronomic Tourism As an Engine for Local and Regional Development. *Regional and Sectoral Economic Studies*, 14(1), 96-102.
- Manisa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2017). <http://www.manisakulturturizm.gov.tr/TR,151843/genel-bilgi-ve-tarihce.html>, Erişim Tarihi: (10.Aralık.2017).

- Manisa Mutfağı (2015). <https://gezimanya.com/turkiye/manisa-mutfagi>, Erişim Tarihi:(01.Temmuz.2016).
- McKercher, B., Okumuş, F., Okumuş, B. (2008). Food Tourism as a Viable Market Segment: It's All How You Cook the Numbers. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 25(2), 137-147.
- Ottenbacher, M., Harrington, R.J., Fauser, S. & Lowenhagen, N. (2016). Should culinary tourism and hospitality service attributes be defined as primary tourism drivers? An expectancy-fulfillment grid approach. *Journal of Foodservice Business Research*, 19 (5), 425-440.
- Özleyen, E. ve Tepeci, M. (2016). The impacts of olive and olive oil on tourism development in Manisa. 2nd International Gastronomic Tourism Congress, İzmir, Turkey, December 8-10.
- Özsevgeç. T.(2013). Nitel Araştırma Yöntemleri- Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni. İçinde M.Bütün ve S.Demir. Veri Toplama. (ss.145-178). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Quan, S. ve Wang, N. (2003). Towards a Structural Model of The Tourist Experience: An Illustration from Food Experiences in Tourism. *Tourism Management*, 25, 297-305.
- Santich, B.(2004). The Study of Gastronomy and its Relevance to Hospitality Education and Training. *International Journal of Hospitality Management*, 23,15-24.
- Seo, S., Yun, N. ve Kim, O.Y. (2014). Destination Food Image and Intention to Eat Destination Foods: A View from Korea. *Current Issues in Tourism*. Doi:10.1080/13683500.2014.934210.
- Shalini,D. ve Duggal, S.(2009). A Review on Food Tourism Quality and Its Associated Forms Around The World. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4(2),1-12.
- Sormaz, U., Akmeşe, H., Güneş, E. ve Aras, S. (2016). Gastronomy in Tourism. *Procedia Economics and Finance*, 39, 725-730.
- Su. Y.(2015). Reflections on Local Specialities and Gastronomic Tourism. *Scientific Research Publishing*, 4, 5-19.
- Şahin, G.G.ve Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak 'Gastronomi Turizmi': İstanbul'un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.
- Şanlıer, N.(2005). Yerli ve Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşleri. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(1),213-227.
- Tepeci, M. (2011). The impact of person-organization fit on employee attitudes in the hospitality industry. *Journal of Travel and Tourism Research*, 11, 19-35.
- Tikkanen, I. (2007). Maslows Hierarchy and Food Tourist in Finland :Five Cases. *British Food Journal*, 109(9), 721-734.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*.Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zağralı, E ve Akbaba, A. (2015). Turistlerin Destinasyon Seçiminde Yöresel Yemeklerin Rolü. İzmir Yarımadasını Ziyaret eden Turistlerin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 10 (40), 6633-6644.

Extensive Summary

THE DETERMINATION OF THE IMPACTS OF LOCAL FOOD AND TASTES ON THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN MANİSA

Eda ÖZLEYEN, Mustafa TEPECİ*

Introduction

In recent days, the influences of travel preferences on tourists have begun to change and the lifestyle, history, architecture and local cuisine of the different cultures in destinations became influential on the destination choices of tourists (Çevik and Saçılık, 2011, Zağralı and Akbaba, 2015). Gastronomy has become an important travel motivation and thus, strengthening of tourists' intention to visit the destination again. Further, gastronomy has recently become one of the top tourism products in its own right for the destinations rather than as a supporting tourism product in the attractiveness of tourist (Brokaj, 2014; Green and Dougherty, 2008, Hall and Mitchell, 2006, Ling 2010, Tikkanen, 2007). Local food and products are integrated with a destination and create a gastronomic identity for that destination.

In the destinations where tourists make their trips, the desire to experience local foods and drinks and to observe the stages of making food in the local areas have increased the importance of gastronomic tourism for destinations (Sormaz, Akmeşe, Güneş, and Aras, 2015). Therefore, local foods and beverages are used as marketing tools by businesses and destination management organizations (Aksoy and Sezgi, 2015, Henderson, 2009, Kivela and Crotts, 2005, Şahin and Ünver, 2015, Zağralı and Akbaba, 2015). Apart from local food and beverages, gastronomy festivals, food courses, and museums also play important roles in the marketing of destinations (Sormaz et al., 2016).

Turkey has hosted numerous civilizations since prehistoric times. The fact that each of these civilizations has different cultures made it possible for Turkey to have a rich culinary culture (Aksoy and Sezgi, 2015; Gülen, 2017; Sahin and Ünver, 2015). Cities such as Adana, Mersin, Hatay, Urfa, and Mardin are among the cities where gastronomic tourism potential is high in Turkey (Şahin and Ünver, 2012). Manisa is another city rich in gastronomic tourism potential in Turkey. Manisa has hosted Hittite, Lydia, Persia, Macedonian Empire, Pergamon Kingdom, Roman Empire, Byzantine Empire and Ottoman Empire since the first ages (Manisa Provincial Culture and Tourism Directorate, 2017). Different food cultures that the named civilizations possess have contributed to

the enrichment of Manisa cuisine. In addition, Manisa has rich agricultural (olive, grape, cherry, tomato, melon, etc.) and animal (such as chicken meat) products for food and drink supplies for gastronomic tourism.

The wealth of Manisa's history, cultural values, and product variety suggests that there is sufficient potential for the development of gastronomy tourism. Approximately 300 thousand domestic and 20 thousand foreign visitors come to Manisa every year (Manisa Provincial Culture and Tourism Directorate, 2017). The development of gastronomic tourism will enable both the diversification of tourism in Manisa and the increased number of tourists coming to the province. For this reason, the aim of this study is to determine how the gastronomic values and local dishes can contribute to the development of tourism in Manisa.

Methodology

This is a qualitative study that adopts the interview method which is one of the most common methods of the qualitative research; a semi-structured interview form has been used as the data gathering tool. Data collecting process has been carried out and the sample of the study consisted of 19 people in total, including 3 travel agencies, a restaurant chef from a licenced hotel, nine employees from municipality licenced diners, the head of The Manisa Chamber of Restaurateurs, two local producers, general coordinator of organic agriculture of Manisa Directorate of Provincial Food Agriculture and Livestock, the director of Manisa Provincial Directorate of Culture and Tourism, and an agricultural engineer who is also employed as a university professor.

Semi-structured interview method was used in this study. Interview method is the most frequently used data collection tool in the qualitative research area (Yıldırım and Şimşek, 2013). The open-ended questions were prepared by examining the related literature (Bucak and Ates, 2014; Kivela and Crotts, 2006) and by taking the opinions of 3 academicians. These questions are presented together with their answers in the analysis section, in general, they asked: What are the local meals, products, and drinks that Manisa can offer to tourists visiting the province? Which local dishes are served in restaurant menus? What is the quality of service in restaurants? What are the works to be done for improving the recognition of local food in Manisa?

The interview data were collected from 19 participants in Manisa province center between 20 June 2016 and 29 June 2016. Before the interview, a brief explanation was given about the purpose of the research and gastronomic tourism. The interviews were conducted in the participants' workplaces with different durations between 25-35 minutes. The information obtained from the interviews was noted

*Corresponding author at: Celal Bayar University, Faculty of Business Administration, Department of Tourism Management, E mail: mustafa.tepeci@cbu.edu.tr

by the researchers. Immediately after the interviews, the notes were transferred to the computer files.

Analysis and Findings

The data obtained from the participants were subjected to descriptive analysis and the data were further interpreted by adding quotations from the participants' opinions. In the descriptive analysis, direct quotations are frequently given to impressively express the expressions of individuals. In this type of analysis, the aim is to reflect the findings in a structured and interpreted way to the reader.

Prominent local dishes of Manisa have been identified by the results of the analysis and their effects on the tourism demand toward Manisa have been determined. Most of the attendants expressed that domestic and foreign guests were interested in the wine produced in Manisa Koldere, fresh grape and raisins, Manisa kebab, olive and olive oil, stuffed-vine leaves and Salihli meatballs. Eighteen participants stated that the local dishes were not considered as major attractions for Manisa and tourists were not aware of them. Only one participant stated that local foods and tastes have the potential to attract tourists in its own right and expressed his thoughts as follows: "Salihli wood meatballs, Sultanas grapes and Kırkağaç melons, Mesir paste and Manisa kebab can attract tourists to the area because they are organic, delicious and indigenous to Manisa.

Furthermore, it was observed that the local dishes were not largely included in the menus by the diners and hotels since the recognition levels of the dishes were not high. To increase recognition levels, large publicity activities should be carried out both nationally and internationally. For this, participants 7 and 18 stated the following: 'Local food competitions must be organized and these competitions should be made annually. In addition, the restaurants where quality products of local products can be served should be opened and local foods should be served at reasonable prices.

In addition, the overall quality of service in the restaurants within the province was considered inadequate by 17 participants out of 19. In Manisa, restaurants are not able to maintain a certain standard of service quality, as staff turnover is so great. Participant 18 explained this: "The staff working in the restaurants often change their jobs due to low wages and bad working conditions. This situation causes the low levels of service quality standards and the employees are not being able to use the initiative because they cannot be competent on customer satisfaction. This is one of the factors that affect customer satisfaction negatively."

Conclusion

This research is a qualitative study to determine how gastronomic elements and local foods can contribute

to the development of tourism in Manisa. According to the result of the research the following foods and local tastes are prominent for gastronomic tourism: Manisa kebab, fresh grape and raisin, olive and olive oil, stuffed vine leaves, elbasan, lamb tandır, Salihli and Akhisar meatballs, mineral water of Alasehir and Koldere and Kula wines.

While only one of the participants thought that local foods and tastes belonging to the province of Manisa were attraction factors for tourists visiting Manisa, 18 participants thought that these local delicacies would not be a unique attraction because they are not unique taste. In fact, gastronomy reflects the cultural and historical heritage of local food, and at the same time, gastronomy can become an important part of the identity of the destination (Kivela and Crofts, 2006). Destinations such as Manisa that cannot get a share from mass tourism can give priority to local food to attract tourists and contribute to the local economy. Local cuisine and foods are the outward expressions of abstract cultural heritage, and tourists could experience the concrete culture as they consume the local food. Differences in the use of ingredients, different preparation methods, cooking methods, storage of food and original and traditional culinary elements are the elements of the dishes prepared under the influence of historical and cultural values of Manisa.

In the interviews, 17 of the participants stated that restaurants in the province were inadequate in terms of their service quality and customer responsiveness. This problem is based on the fact that they have a limited number of qualified personnel to work and that the staff turnover rate in restaurants is very high. To ensure the satisfaction of the tourists visiting the hotels and restaurants in Manisa, qualified personnel should be employed and importance should be given to reducing the turnover of personnel in the enterprises.

According to the findings obtained in the study, suggestions can be developed for restaurants, hotels and destination management organizations in Manisa. In this context, regional dishes can be used as a tourist attraction. Local meals, which may be the symbol of Manisa, should be determined and restaurant operators, university, and other related institutions should work together to prepare some standards and qualities for preparation of these local meals. The department of gastronomy and culinary arts should be opened in Celal Bayar University in Manisa province. The opening of this program and later the establishment of master's and doctoral programs will ensure that the work carried out in the field of gastronomy is focused on the locality and carried out in a deeper and more scientific framework.