

## Yöresel Yemeklerin Bölge Restoranlarında Kullanılma Durumu: Mengen Örneği<sup>1</sup>

Öğr. Gör. Özkan ERDEM  
Akdeniz Üniversitesi  
Göynük Mutfak Sanatları MYO Aşçılık Programı  
zkanerdem@gmail.com

Metin MIZRAK  
Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Turizm İşletmeciliği ABD  
metinmizrak@gmail.com

Öğr. Gör. Ali Kemal KEMER  
Abant İzzet Baysal Üniversitesi  
Mengen MYO Aşçılık Programı  
akkemer@hotmail.com

### Özet

Bir destinasyonu ziyaret eden turistlerin gezmek, görmek, eğlenmek gibi aktivitelerin yanı sıra gittikleri bölgedeki yöresel yemekleri tatmak istedikleri görülmektedir. Özellikle son yıllarda gastronomiye olan ilginin artmasıyla birlikte yerli turistlerin yanı sıra Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin de uluslararası mutfaklardan ziyade yöresel mutfağa ait yemekleri denemek istedikleri gözlemlenmektedir. Konaklama işletmeleri ve yiyecek-içecek işletmeleri müşteri memnuniyetini daha üst seviyelere çıkarabilmek için bu artan talebi karşılama eğilimine girmişlerdir. Bu nedenle işletmelerin son dönemlerde yöresel lezzetlere menülerinde daha fazla yer verme eğilimlerinde oldukları görülmektedir. Bu çalışmanın temel amacı; kırsal bir destinasyon olan Mengen'in mutfağına ait yöresel yemeklerin Mengen'de faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmelerinin menülerinde ne oranda yer verildiğini ve yöresel yemeklerin unutulma durumunun tespit edilerek gün yüzüne çıkarılmasını sağlamaktır. Araştırma Bolu ili Mengen ilçesinde yiyecek ve içecek hizmeti veren sekiz işletmede gerçekleştirilmiştir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden yararlanılarak yüz yüze görüşme tekniği kullanılmıştır. Elde edilen veriler içerik analize tabi tutularak yorumlanmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Yöresel Mutfak, Yöresel Yemek, Mengen Mutfağı.

### Current Situation of Regional Cuisine Served in Local Restaurants: Case of Mengen

#### Abstract

Tourists who are visiting a destination seem to want to taste local food in the region besides activities like sightseeing, having fun. Especially with the increasing interest in gastronomy in recent years, it is observed that foreign tourists who visit our country as well as domestic tourists want to try dishes of regional cuisines from international cuisines. Accommodation businesses and

<sup>1</sup> Bu makale 23-25 Kasım 2017 tarihlerinde Kastamonu'da düzenlenen "1.Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kongresi"nde sunulan ve bildiriler kitabında yer alan bildirinin geliştirilmiş halidir.

food and beverage businesses have tended to meet this increasing demand in order to achieve higher levels of customer satisfaction. For this reason, it is observed that the enterprises have recently been giving more tastes to regional flavors in menus. The main purpose of this study is to determine the rate of local foods presentation in local restaurants. Awareness of local food has been researched and forgotten values about that local foods have been brought the light. The research will be carried out in 8 establishments that provide catering services in the province of Mengen in Bolu province. Face-to-face interview technique was used in the research by using qualitative research methods. The resulting data was subjected to content analysis.

**Key words:** Local Cuisine, Local food, Mengen Cuisine.

## **Giriş**

İnsanların sosyal varlıklar olmalarından dolayı; yemek yeme tarih boyunca biyolojik ihtiyaçların karşılandığı bir olgu olmanın yanı sıra bireylerin birbiriyle kaynaştıkları, sevinç ve üzüntülerini paylaştıkları, kutlama ve eğlence faaliyetlerini gerçekleştirdikleri sosyal bir araç olmuştur (Çiğirim, 2001). Her toplum farklı bir kültürel yapıya sahiptir, bu kültürel yapıyı oluşturan en önemli maddi ve manevi değerlerden biri olan mutfak; her toplumun kendi insanlarının beğenileri doğrultusunda gelişen ve nesiller boyunca aktararak günümüze kadar gelen, coğrafi konum, üretim biçimleri, tarihi gelişim, ekonomik ve kültürel ilişkiler, inanç yapıları ve etnik özellikler gibi unsurları içinde barındıran ve yöresel beslenme anlayışının benzerlik ya da farklılıkların oluşmasında rol oynayan ve bilimsel katkılarla desteklenen en önemli etmendir (Üçer ve Peşken 2001; Çiğirim, 2001).

Toplumların beslenme alışkanlıkları yaşam şekliyle ilişkilidir. Yöreden yöreye farklılık gösterse de yaşam şekillerinin değişmesi besleme ve yemek kültürünün de zaman içerisinde değişmesine sebep olmaktadır (Oğuz,1990; Tekgül ve Baykan,1993; Baysal 1993; Şanlıer ve Arıkan, 2001; Akan, 2007; Şanlıer, Cömert ve Durlu-Özkaya, 2012). Özellikle son yıllarda dünya ölçeğinde çevre ve sağlıklı beslenmeye verilen önemin artmasıyla birlikte yerel ekonomiler müşterilerin talep ettikleri gıda çeşitliliğini sağla arayışındayken tüketicilerde satın almak istedikleri gıdaların sağlıklı, güvenilir ve sürdürülebilir olmasını istemektedirler. Bundan dolayı da yöresel gıdalar ve yöresel yemeklere gösterilen ilgi gün geçtikçe artmaktadır(Lang vd., 2014). Giovannucci vd., ( 2014) Amerika Tarım Ekonomisi Dergisindeki bir çalışmada Ohio'daki müşterilerin(477) yöresel gıda için %30 daha fazla ödemeye istekli olduğunu ifade etmiştir. Bunun yanı sıra, Birleşmiş Milletler (BM) Dünya Seyahat Örgütü, yeme- içme harcamalarının dünya turizm gelirleri içerisindeki payının %30 seviyesinde olduğunu ve turistlerin yüzde 88.2'si "seyahat için destinasyon tercihinde yemeğin çok önemli olduğunu ifade etmiştir (TURSAB, 2015; Dündar Arıkan, 2016; Dündar Arıkan, 2017). Yöresel mutfaklara ve yöresel gıdalara turistlerin ilgisinin artmasıyla birlikte bu alanda yapılan akademik çalışmalarda artmaya başlamıştır. Özellikle yöresel yemekler, yöresel gıdalar, beslenme alışkanlıkları gibi konular da önem kazanmaya başlamıştır (Çalışkan, 2013).

Bu çalışma kapsamında; Mengen' de faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmeleri yöneticilerinin yöresel yemek kavramına ilişkin algılarının tespit edilmesi, bölgeye ait yöresel yemekleri tanıma durumlarının belirlenmesi, yöresel yemeklerin işletmelerinde kullanım durumlarının ya da kullanmama nedenlerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

## **Yöresel Mutfak Kavramı ve Özellikleri**

Yöresel mutfak kavramı; yöresel yiyecek/ yöresel gıda ve yöresel yemekleri de içerisinde barındıran geniş bir kavram olmasından dolayı birbirinden ayrı düşünülemez. Yapılan literatür taraması sonucunda yöresel gıda ya da yöresel yiyecekler ile ilgili bir çok farklı tanımlamanın yapıldığı görülmüştür (Altunsaban vd., 2017). Bu konuda yapılan bir çok çalışmada öncelikli olarak yöresel yiyecek kavramının tanımlanması amaçlanarak bu alandaki boşluk giderilmeye çalışılmıştır (Inwood vd., 2009). Giovannucci vd., (2014) yöresel yiyecekler ile ilgili yapmış olduğu tanımlamada; yöresel yiyeceklerin müşteri için önemine değinilmiştir. İlgili tanımda, yöresel yiyecekleri belirli bir coğrafyayı temsil etmesinden ziyade yerel ekonomileri desteklemesinin yanında ürünlerin taze ve izlenilebilir olması üzerinde durulmuştur. Inwood vd., (2009) ise yöresel yiyecek/yöresel gıdaları belirli bir coğrafi alanda yetişen ürünler olarak ifade etmektedir. Benzer şekilde Duram ve Cawley (2012) ise yöresel yiyecekleri; kaynağından en fazla 100 km (60 mil) uzaklıkta bulunan ya da üretilen yiyecekler olarak ifade etmiştir. Yine aynı şekilde Lang vd., (2014) de nihai ürünün pazarlandığı bölgeye asıl kaynağını 400 mil geçmeyecek bir şekilde taşınması olarak ifade etmiştir. Çulha ve Kalkan (2015) ise yöresel yiyecekleri, belirli bir bölgede yetiştirilen, üretilen ya da yöresel bir kimliği olan yiyecek ve içecekler olarak ifade etmiştir. Yapılan tanımlamalarda özellikle yöresel yiyecekler; kökeni, kalitesi ve diğer özellikleri itibari ile belirli bir coğrafi alana dayandırılmaktadır (Giovannucci vd., 2014). Yöresel yiyecek ile ilgili tanımlarda belirli bir coğrafi konum ya da belirli mesafelerin ön plana çıktığı görülmektedir.

Güler (2014) yöresel yemeklerin bölgeye özgü teknikler ile özgün sunumlarının yapılmasını bir mutfağı diğerlerinden ayıran en önemli özellik olarak ifade etmiştir. Hem bulunduğu bölgenin özelliklerini yansıtan hem de sadece o bölgeye has olan yiyecekler ya da yemekler bütünü olarak tanımlanan yöresel mutfak kavramı da bu şekilde oluşmaktadır (Baran ve Batman, 2013; Cömert, 2014). Long (2004) yöresel mutfağı, belirli bir bölgeye ait kültürel özellikleri yansıtan ve o bölgenin kimliği diğerlerinden ayıran önemli unsurlardan biri olarak ifade etmektedir. Toksöz ve Aras (2016) ise yöresel mutfağı, kültüre göre şekillenen ve kültürün bir parçası olan bir olgu olarak nitelendirmektedir. Yine aynı şekilde Cığerim (2001) ve Toksöz ve Aras'a (2016) göre yöresel mutfak; bir bölgenin sahip olduğu yiyecek – içecekler ve bunların hazırlanması, pişirilmesi, saklanması ve servis edilmesindeki yöntemler, sunumlar ve bu işlemleri yapmak için kullanılan araç-gereçleri ve bunların yanı sıra yeme içmeyle inanç, gelenek ve görenekler gibi o bölgeye has kendiliğinden oluşan kültürel bir yapıyı ifade etmektedir. Yapılan bu tanımlamada özellikle süreç vurgusu öne çıkmaktadır. Yöresel yemekler ve yöresel yemek sunan işletmeler turistler için merak uyandırıcıdır bu nedenle diğer yemeklere ya da işletmelere göre daha çok tercih edilmektedirler (Aslan vd., 2014). Özellikle kırsal bölgede yaşayan bireyler daha lezzetli ve daha kaliteli olması sebebiyle yöresel yiyecekleri tercih etmektedirler (Feldmann ve Hamm, 2015).

## **Yöresel Mutfağın Gastronomi Turizmi ve Destinasyon İçin Önemi**

Günümüz turizm hareketleri incelendiğinde, gelenekler ve kültürel değerlerin önem kazanmasıyla birlikte turist tercihleri de yerel değerlere sahip çıkan ve pazarlayan destinasyonlara yönelmektedir (Sünnetçioğlu, Can, Özkaya, 2012). İnsanları seyahat etmeye teşvik eden en önemli etkenlerden biri de o ülkenin mutfak kültürünü tanımak ve deneyimlemek istemeleridir (Pekyaman, 2008; Aslan vd., 2014). Nitekim Pekyaman' da (2008) Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin birçoğunun da Türk Mutfak Kültürü'ne ait yiyecekleri tanımak ve denemek istedikleri belirtilmektedir. Ülkemizin yöresel yemek kültürünün bölgelere özgü farklılıklarla birlikte zengin seçenekler sunması yerli turistlerin

yanı sıra yabancı turistler için de bu otantik lezzetler önemli bir çekim noktası oluşturmaktadır (Soner, 2013).

Yapılan çalışmalar incelendiğinde yöresel yemeklerin destinasyon için önemli bir çekicilik unsuru olduğu sonucuna varılmıştır (Özdemir, 2007; Güneş, 2008; Hacıoğlu vd., 2009; Çevik ve Saçılık, 2011; Soner, 2013; Altunsaban vd., 2017). Yöresel yemekler, bir destinasyonuna ait en değerli çekiciliklerden biri olmanın yanı sıra bölgedeki soyut mirasın somut olarak dışa vurumu olarak da ifade edilmektedir (Çevik ve Saçılık, 2011). Aynı zamanda Hacıoğlu vd., (2009) bir destinasyonda sunulan kültür ile birlikte yöresel yemeklerin de turistlerin seyahat etmesinde önemli bir çekicilik unsuru olduğunu ifade etmektedir. Kivela ve Crotts (2009) ise yöresel yiyecekleri, turistlerin bir destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerinde önemli bir motivasyon kaynağı olduğunu ifade etmiştir. Benzer şekilde Küçükaltan (2009) da mutfak ve mutfak kültürünü turistler için destinasyon seçiminde en çok dikkat edilen unsurlardan biri olarak ifade ederken bir bölgenin hatta bir yörenin özgün yemeği, özgün lezzetinin turizm gastronomisi için önem taşıdığını ifade etmiştir. Özellikle son yıllarda turizm pazarlamacıları bir yöre ya da bölgenin mutfağını turistik bir ürün olarak kullanmaya başlamıştır (Cömert, 2014). Bu da bir bölgenin yerel mutfak kültürünü farklı insanlara tanıtmak ve onlarla iletişim halinde olmayı amaçlayan alternatif turizm çeşitlerinden biri olarak görülen gastronomi turizmini akla getirmektedir (Kodaş ve Dikici, 2012). Gastronomi turizmi ise günümüzde dünyada ölçeğinde gelişme gösteren alternatif turizm çeşitlerindedir. Bu yönüyle yöresel ürünlerin ön plana çıkarılarak geliştirilmesi yoluyla diğer bölgelere göre farkındalık yaratmak ve rekabet avantajı elde etmek amacıyla çalışmalar yapılmaktadır (Yüncü, 2010). Nitekim Güzel (2009) de gastronomi turizminin Türkiye’de birçok destinasyon açısından önemli olduğunu ve Türk Mutfağının doğru bir konumlandırma ve yaratılacak çekici bir imajla, destinasyonların markalaşmasına büyük katkılar sağlayacağını ifade etmektedir.

Destinasyonların sahip olduğu yöresel yiyecekler o bölgelerin tercih edilmesinde büyük önem taşımaktadır. Bu konuda yapılan çalışmalarda; Hu ve Ritchie (1993) bir destinasyonda bulunan yöresel yemeklerin o bölgenin tercih edilmesinde iklim, konaklama ve manzaradan sonra dördüncü önemli faktör olduğunu belirtmiştir. Aynı şekilde Enright ve Newton (2005) ise turistler için yöresel yiyeceklerin Hong-kong için ikinci, Bang Kok için dördüncü, Singapur için ise beşinci çekicilik unsuru olarak ifade edildiğini belirtmiştir. Üner vd., (2006) ise yurtdışındaki potansiyel turistlerin İstanbul’u bir destinasyon olarak tercih etmelerinde yöresel mutfağın beşinci önemli unsur olarak görüldüğünü belirtmiştir. Benzer şekilde Cömert ve Durlu Özkaya (2014) seyahat esnasında turistlerin tamamı için yemeğin, en büyük üç favori turistik faaliyetten birisi olduğunu ifade etmiştir.

### **Mengen Mutfak Kültürü**

Aşçılarıyla ünlü Mengen iki beldesi ve 55 köyüyle, coğrafi özelliklerinden dolayı, Türk halk kültürünün canlı olarak yaşandığı ve yaşatıldığı ve geleneklerin devam ettirildiği özel alanlardan birisidir. Bölgenin dağlık olması, iklimin sert olması, şehre uzaklık ve ticaret merkezlerine olan mesafe tarihten gelen kültürün korunmasına neden olmuştur (Çelik, 2010). Mengen mutfak kültürünün Mengenli aşçıların Türk mutfağındaki konumu itibariyle kendine has bir özelliği vardır. Eline bıçak alan herkes baba mesleği olan aşçılığı daha ileriye taşıma çabasında olması Mengenli aşçıları diğerlerinden ayırmaktadır. Babadan - oğula geçen bu miras çağlar boyunca önemini korumuş yerel kültürün korunmasında ve uygulanmasında önemli rol oynamıştır. Mengen’in kendi yöresel mutfağının oluşmasında aşçıların büyük rolü olmuştur. Mengen mutfak kültürü ile çevresindeki il ve ilçelerin mutfak kültürü benzerlik göstermektedir. Bu benzerliğin nedeni, Mengen

İlçesinin tarih boyunca diğer yerleşkeleri birbirine bağlayan köprü görevi üstlenmesidir. Mengen mutfak kültürü ve yemeklerinin özelliklerini verdiği zenginlikle incelemek gerekir. Yıllar boyu süren değişim ve etkileşimler sebebiyle Mengen mutfağına özgü yemekler unutulmaya yüz tutmuş olsa da yemeklerin bir bölümü günümüzde hala yapılmakta ve güncelliğini korumaktadır. Mengen yöresindeki kadınların mutfak konusunda tutucu olması yüzlerce yıldır oluşan bu kültürel birikimin günümüze kadar akışını sağlamıştır. Mengen yemekleri el becerisi ve zaman isteyen zahmetli bir mutfağa sahiptir. Hayvancık yöre halkının geçim kaynağı iken tarım ve hububata bağlı ekonomi de Mengen mutfağının oluşmasında önemli bir etkidir (Arman, 2011).

### **Yöresel Yemeklerin Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Kullanılma Durumuna İlişkin Yapılan Çalışmalar**

Hatipoğlu, Zengin, Batman ve Şengül (2013) tarafından yapılan “Yöresel Yemeklerin Kırsal Turizm İşletmeleri Mönülerinde Kullanım Düzeyleri Gelveri Örneği” adlı çalışmada; bölgede bulunan yiyecek- içecek işletmelerinde yerel ürünlere yer verilmediği ifade edilmiştir.

Kızılırmak, Albayrak ve Küçükali (2014) yapmış oldukları “Yöresel Yemeklerin Kırsal Turizm İşletmelerinde Uygulanması: Uzungöl Örneği” adlı çalışmada; Uzungöl’ de bulunan restoranların büyük bölümünün menülerinde yöresel yemeklerin bulunmadığı ifade edilmiştir.

Şengül ve Türkay (2015) yapmış oldukları “Bölge Restoran Mönülerinin Belirlenmesinde Yöresel Mutfaklar Eğitiminin Kullanılması: Mudurnu Örneği” adlı çalışmada; yöresel yemeklerin standart hale getirilerek bölgede bulunan konak ve restoranların menülerinde yer alması gerektiği ve buna yönelik işletmelere çeşitli öneriler sunulmuştur.

Çokişler ve Türker (2015) yapmış oldukları “Mutfak Kültürünün Turizm Ürünü Olarak Kullanım Etkinliğinin İncelenmesi: Ayder Turizm Merkezi Örneği” adlı çalışmada; bölge faaliyet gösteren restoran yöneticilerinin mutfak kültürünün turizm amaçlı olarak kullanılması noktasında yeterli önemi göstermediklerini ifade etmiştir.

Mil ve Denk (2015) yapmış oldukları “Erzurum Yöresel Ürünlerinin Otel Restoran Menülerinde Kullanım Düzeyleri: Palandöken Örneği” adlı çalışmada; Erzurum Palandöken İlçesinde yer alan işletmelerin menülerinde yöresel ürünlere kısmen yer vermelerine rağmen özellikle tedarik ve mali kaygılar nedeniyle daha çok ulusal ve uluslararası ürünlere menülerinde yer verdiklerini ifade etmiştir.

Cömert ve Özata (2016) yapmış oldukları “Tüketicilerin Yöresel Restoranları Tercih Etme Nedenleri ve Karadeniz Mutfağı Örneği” adlı çalışmada; yöresel yemeklere oldukça fazla ilgi gösterildiği, özellikle müşterilerin bölgelerinde deneyimlemiş oldukları lezzetleri tekrar tatmak ve bunu sürekli hale getirmek amacıyla yöresel mutfağa sahip restoranların tercih edilme oranını arttırdığını ifade etmiştir.

Büyükşalvarcı, Sapçılar ve Yılmaz (2016) yapmış oldukları “Yöresel Yemeklerin Turizm İşletmelerinde Kullanılma Durumu: Konya Örneği” adlı çalışmada; bölgede faaliyet gösteren işletmelerin; ticari kaygı, yöresel ürünleri yapabilecek ustaların az olması, müşterilerin evlerinde yöresel yemekleri tükettikleri için bu ürünleri dışarıda tercih etmemesi gibi nedenlerden dolayı belirli yöresel yemekler dışında birçok yöresel yemeğe işletmelerinde yer verilmediği vurgulamıştır.

Çapar ve Yenipınar (2016) yapmış oldukları “Somut Olmayan Kültürel Miras Kaynağı Olarak Yöresel Yiyeceklerin Turizm Endüstrisinde Kullanılması” adlı çalışmada; yöresel yemeklerin

kültürel kimliğin bir ifadesi ve bir çekicilik unsuru olarak turizm endüstrisinde kullanılması, turistlerin böylesi seçmesinde etkili olmasına rağmen işletmelerin ticari kaygılar taşıması ve ürünlerin aslına uygun bir şekilde sunulmaması kültürel yozlaşmaya yol açtığı ifade edilmiştir.

### **Yöntem**

Yöresel yemeklerin bölge restoranlarında kullanılma durumu ilişkin bölgedeki yiyecek-içecek işletmelerinin sahibi, yöneticisi ya da çalışanlarının görüşlerini incelemek amacıyla araştırmada nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Nitel yaklaşım çerçevesinde veri toplama tekniği olarak yarı yapılandırılmış görüşme; veri analizi olarak da içerik analizinden yararlanılmıştır.

### **Veri Toplama**

Nitel araştırma yaklaşımında en yaygın kullanılan veri toplama teknikleri arasında görüşme tekniği bulunmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bu araştırma da veri toplama yöntemi olarak da görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Görüşme bireylerin belirli bir konu hakkındaki bilgi, tutum, düşünce ve davranışlarının öğrenilmesini sağlayan bir veri toplama yöntemi (Crano ve Brewer, 2002; Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014) olarak ifade edilmektedir. Görüşmeciye, görüşme formunda yer alan sorular ile ilgili ayrıntılı bilgi alma amacıyla ek sorular sorma imkânı sunması (Smith, 2003; Philips ve Stawarski, 2008) ve soruların sayısı ile sırasının değiştirilebilmesi esnekliğini sağlaması (Yıldırım ve Şimşek, 2013) gibi nedenlerden dolayı da yarı yapılandırılmış görüşme tekniği tercih edilmiştir. Görüşme esnasında sorulabilecek olası sorular; Sandıkçı vd., 2015' te yapmış oldukları “Yöresel Yemeklerin Menülerde Yer Alma Düzeyi: Kastamonu Konakları Örneği” ve Büyükşalvarcı vd. “Yöresel Yemeklerin Turizm İşletmelerinde Kullanılma Durumu: Konya Örneği” adlı çalışmalardan ve ilgili alanyazından yararlanılarak oluşturulmuştur. Hazırlanan olası görüşme soruları iki farklı araştırmacı tarafından tekrar incelenmiş ve taslak bir görüşme formu hazırlanmıştır. Ardından taslak görüşme formu, gastronomi ve mutfak sanatları alanında çalışan üç öğretim üyesi/elamanının görüşüne sunulmuş ve önerileri doğrultusunda gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Böylece yarı yapılandırılmış görüşme formuna son şekli verilmiştir. Görüşme formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm cinsiyet, yaş, eğitim durumu, faaliyet yılı, günlük müşteri kapasitesi ve menüdeki toplam yemek sayısına ilişkin demografik özelliklerden oluşmaktadır. İkinci kısımda ise yöresel yemek kavramı, yöresel yemekleri tanıma durumu, işletmelerin menülerinde yöresel yemeklere yer verme durumu, menülerde yöresel yemekleri tercih etme ya da etmeme nedenleri ve yöresel mutfakların tanıtımına ilişkin katılımcıların neler yapabileceğine ilişkin bilgilerin toplanması amaçlanmıştır.

### **Araştırmanın Örnekleme ve Veri Toplama Süreci**

Nitel araştırmalarda genellikle örneklem küçük tutulmakta (Miles ve Huberman, 1994) ve amaçlı örnekleme tercih edilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bu çalışmada da örneklemin belirlenmesinde amaçlı örnekleme yönteminden yararlanılmıştır. Bu çerçevede bu çalışmanın evren ve örneklemini Mengen' de faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmelerinin sahibi, yöneticisi ya da çalışanlarından oluşmaktadır. Bu nedenle öncelikle Mengen' de faaliyet gösteren konaklama ve yiyecek-içecek işletmelerinin listesi çıkarılmış ve bu sayının on bir olduğu tespit edilmiştir. İki işletme yiyecek-içecek hizmeti vermediğini söyleyerek görüşmeye katılımı reddetmiştir. Bir işletme ise yiyecek-içecek hizmeti verdiği halde görüşmeye katılmayı reddetmiştir. Örneklem seçiminde araştırmacının katılımcılarla iletişiminin olması araştırmanın kalitesini arttırmada önemli bir rol oynamaktadır (Creswell, 1998). Bu bağlamda araştırmacıların çalışmaya dahil edilebilecek katılımcılarla iletişiminin olması görüşmeler esnasında katılımcıların daha rahat olmalarını

sağlamıştır. Söz konusu araştırmaya katılımı kabul eden kabul eden 8 katılımcıdan önceden randevu alınarak 15 Mayıs-30 Mayıs 2017 tarihleri arasında yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Görüşmelerin tamamı gönüllülük esasına dayalı olarak araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiştir. Görüşme yapılan katılımcılara önce araştırmacının içeriği ve amacı hakkında bilgi verilmiştir. Katılımcılar ile yapılan, görüşmelerin ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır. Aynı zamanda görüşmeci tarafından yarı yapılandırılmış görüşme formu üzerine notlar alınmıştır. Ayrıca katılımcıların çalışmaya gönüllü olarak katıldığını gösteren gönüllü katılımcı bilgi formları dağıtılmış ve bu formlar katılımcılar tarafından doldurulmuştur. Araştırmaya katılan katılımcılara R1 ile R8 arasında kodlar verilmiştir. Görüşme süreleri 25 ile 35 dakika arasında değişiklik göstermektedir. Görüşme sonrasında veriler elektronik ortamda yedeklenerek, verilerin kaybolması ve silinmesinin önüne geçilmiştir.

### **Araştırma Verilerinin Analizi**

İçerik analizi, nitel araştırmalarda veri analizinde en sık kullanılan yöntemlerden biri olarak görülmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bu çalışmada da görüşmelerde elde edilen metinlerin analizi için içerik analizinden yararlanılmıştır. İçerik analizinde verileri belirli kavram ve temalar çerçevesinde bir araya getirerek okuyucunun anlayabileceği bir şekilde yorumlamak amaçlanmaktadır (Fraenkel ve Wallen, 2000; Yıldırım ve Şimşek, 2013). Metinlerin analizi aşamasında kodlama, kategorileri belirleme, kategorileri isimlendirme ve kategorilere ilişkin özellikleri tanımlama süreçlerinden (Strauss ve Corbin, 1990) faydalanılmıştır. Bu bağlamda önce araştırmacılar tarafından metinlerin ön okuması yapılmış ve kod şeması geliştirilmiştir. Geliştirilen kod şemaları farklı iki araştırmacı tarafından metinlere uygulanmış, kodlamalar yapılmış, kategoriler ve alıntılar belirlenmiştir. Ardından iki farklı araştırmacı tarafından metinlere uygulanan kod şemaları karşılaştırılmış ve farklılıklar ortadan kaldırılıncaya kadar uzlaşma arayışı devam ettirilmiştir. Bu sürecin devamında araştırmacılar tarafından kodların bir araya getirilmesi ile kategoriler oluşturulmuş ve birbirine benzeyen kategorilerin bir araya getirilmesi ile de ana kategoriler belirlenmiştir. Elde edilen ve araştırma hedefleri doğrultusunda sınıflandırılan bulguların nitel araştırma paket programı NVIVO 10,0 kullanılarak (Kelle, 1995; Cohen, Mannion ve Morrison, 2007) açıklanması ve yorumlanması yoluna gidilmiştir.

### **Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliliği**

Nitel araştırmalarda içerik analizinin inandırıcılığını sağlamak amacıyla farklı yöntemler olduğu görülmektedir. Kozak (2014) elde edilen verilerin güvenirliliğini sağlamak için araştırmacının kendisinin veri toplama aşamasına dahil olması ve notlarını alması gerektiğini belirtmektedir. Araştırma ve veri analiz süreci ile ilgili detaylı bilgi verilmesi de inandırıcılığa katkı sağlamaktadır (Elo vd., 2014). Bu bağlamda araştırma süreci ile ilgili detaylı bilgi verilmiş ve hangi aşamalarda nasıl gerçekleştiği ortaya konulmuştur. Hall ve Valentin (2005) kod şeması kullanılarak kodlama yapılması ve kodlamanın en az iki farklı kodlayıcı tarafından uygulanması gerektiğini dile getirmektedir. Bu çerçevede araştırmacı tarafından kod şeması geliştirilmiş ve bağımsız iki araştırmacı tarafından geliştirilen kod şemaları kullanılarak ayrı ayrı kodlama yapılmıştır. Araştırmanın güvenirliliği için Kappa analizi yapılmıştır. Çalışmayla ilgisi olmayan iki değerlendiriciye kodlamalar verilmiştir. Cohen's Kappa katsayısı iki değerlendiricinin arasındaki karşılaştırmalı uyuşmanın güvenirliliğini test etmek amacıyla uygulanan istatistik bir yöntemdir (Landis ve Koch, 1977). Cohen's Kappa katsayısı iki değerlendiricinin kodlamasıyla 0.73 olarak hesaplanmıştır. Landis ve Koch (1977)'a göre Cohen's Kappa katsayısının 0,61 ile 0,80 arasında olması, önemli düzeyde bir uyumun olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla mevcut araştırmada

değerlendiriciler arasında önemli düzeyde bir uyum olduğu görülmekte ve kodlama anahtarının güvenilir olduğuna karar verilmektedir. Diğer bir yöntem ise analiz edilen metinlerden doğrudan alıntılar vermektir (Hsieh ve Shannon, 2005). Bu çalışmada bulguların sunumunda metinlerde yer alan ifadelerden doğrudan alıntılar verilmektedir. Graneheim ve Lundman (2004) da metinlerin analiz sürecinde araştırmacılar arasında tartışmaların yapılması ve uzlaşma arayışının olmasının inandırıcılık açısından önemli bir rol oynadığını belirtmektedir. Bu husus çerçevesinde de kod şemasının geliştirilmesi, kod şemasının metinlere uygulanması ve kategorilerin belirlenmesi sürecinde araştırmacılar arasında tartışmalar yapılmış ve uzlaşma arayışına gidilmiştir.

### Bulgular ve Tartışma

Bu kısımda araştırma kapsamında elde edilen bulgular ve ilgili literatürden örnekler verilmiştir. Bulgular kapsamında katılımcılara ait demografik bilgiler, katılımcıların yöresel mutfağa ilişkin tanımlamalarında ve yöresel yemeklerin özelliklerinde değinmiş oldukları kavramlar, katılımcıların belirtmiş oldukları Mengen'e ait yöresel yemekler, bölge işletmelerinde yöresel yemeklere yer verme durumları ve yer vermeme nedenleri ayrıca yöresel yemeklerin tanıtılması için yapılması gerekenler katılımcıların görüşleriyle verilmiştir.

**Tablo 1. Araştırmaya Katılan Restoran Sahibi, Yöneticisi ya da Çalışanlarına Ait Demografik Veriler**

Katılımcılar	Cinsiyet	Yaş	Öğrenim durumu	Faaliyet yılı	Günlük Müşteri Kapasitesi	Menüdeki Yemek Sayısı
R1	E	26-40	Lise	13	10-15	15
R2	E	26-40	Lise	1	100	20
R3	K	41-55	Yüksekokul	11	24	40
R4	E	55 ve üzeri	İlkokul	25	75	8
R5	E	26-40	Lise	4	100	15
R6	E	41-55	Lise	8	400-500	20
R7	E	26-40	Yüksekokul	4	50-70	15
R8	E	26-40	Yüksekokul	47	600	30

Araştırmaya katılan restoran sahibi, yöneticisi ya da çalışanlarına ait demografik veriler Tablo 1'de yer almaktadır. Bu veriler incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğunun erkek olduğu görülmektedir aynı zamanda katılımcıların genellikle 26-40 yaş civarında olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların eğitim seviyesine bakıldığında büyük çoğunluğunun lise mezunu olduğu kalan katılımcıların yüksekokul ve ilköğretim mezunu olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcı işletmelerin faaliyet sürelerine bakıldığında 1 ila 47 yıl arasında değiştiği görülmektedir. Katılımcı işletmelerin günlük müşteri kapasiteleri incelendiğinde 10 ila 600 kişi arasında değişirken genelde 100 ve üzeri müşteri kapasitesine sahiptirler. Katılımcı işletmelerin menülerinde yemek sayıları incelendiğinde ise 8 ila 40 arasında değiştiği görülürken menülerinde ortalama 15-20 çeşit yemek bulunduğu tespit edilmiştir.



**Tablo 2. Yöresel Mutfak Tanımlarında Vurgulanan Kelimeler**

Yöresel mutfak tanımlarında vurgulanan kelimeler	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	F	%
1: Bölgeye özgü		√	√	√	√		√		5	72,5
2: Yöreye özgü	√					√		√	3	27,5

Tablo 2’ de Yöresel mutfak tanımlarında vurgulanan kelimeler verilmiştir. Katılımcıların yöresel mutfak kavramına ilişkin görüşleri incelendiğinde bölgeye özgü ve yöreye özgü olması kavramları vurgulanmaktadır. Katılımcıların % 72,5’i bölgeye özgü olması gerektiğini ifade ederken, % 27,5 ‘i ise yöreye özgü olması gerektiğini ifade etmiştir. Katılımcılardan R2, R3, R4, R5, R7 bölgeye özgü kavramını öne çıkarmıştır. Katılımcıların yöresel mutfak tanımına ilişkin görüşleri aşağıda verilmektedir.

“Olduğu bölgeyle özdeşleşmiş yemeklerdir.” (R2)

“Bölgede yetişen malzemelerle uzun yıllardır pişirilen bölgeye özgü lezzetlerdir.” (R3)

“Bu bölgeye ait yemeklerdir.” (R4), “Bölgenin yüzyıllardır süre gelen lezzetleridir.” (R5)

“Bölgeye ait ürünlerle yapılan yemekler.” (R7)

R1, R6 ve R8 no’lu katılımcılarında yöreye özgü kavramını öne çıkardıkları görülmektedir.

“Bir yöreye ait malzemeler vb. ya da pişirme sekline göre değişiklik gösteren yemekler.” (R1)

“Kendi yöremize ait olan yemekler.” (R6)

“Bu yöreye ait yemekler.” (R8)

Baran ve Batman (2013), Cömert (2014), Giovannucci vd., (2014) ve Çulha ve Kalkan (2015), çalışmalarında o yöreye ya da bölgeye has olması ve coğrafi konuma vurgu yapılması yönüyle tutarlılık göstermektedir.

**Tablo 3. Katılımcılara Göre Yöresel Yemeklerde Bulunması Gereken Özellikler**

Yöresel Yemeklerin Özellikleri	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	F	%
Başka yerde olmaması					√				1	12,5
Farklı pişirme tekniklerinin kullanılması	√								1	12,5
Kültürel özelliklerin yansımaları			√						1	12,5
Yöreyle ait ürün kullanma		√	√	√		√	√	√	6	75

Katılımcıların yöresel mutfak kavramının özelliklerine ilişkin görüşleri incelendiğinde %75’i yöreye ait ürün kullanılması gerektiğini ifade ederken %12,5’i başka yerde olmaması, %12,5’i farklı pişirme tekniklerinin kullanılması, % 12,5’i kültürel özellikleri yansımaları olarak ifade etmiştir. Katılımcıların yöresel yemeklerde bulunması gereken özelliklere ilişkin görüşleri;

“Farklı sunum ve lezzetleri olan başka yerde olmayan yemeklerdir.” (R5)

“Çeşit bakımından bulunduğu yöreye ait otlar, baharatlar ve tatlandırıcılar, farklı pişirme şekillerinin kullanılmasıdır.” (R1)

“Kullanılan malzemelerin o bölgeye ait olması gerekir.” (R2)

“Yöresel malzemeler kullanılır ve kültürel yapının etkisi vardır.”(R3)

“Bu yörenin doğasına ait ürünler kullanılır.”(R4)

“Mengene ait ürünlerin kullanılmasıdır.”(R6)

“Bölgedeki ürünler kullanılmalıdır.”(R7)

“Yöre ait ürünlerin kullanıldığı yemeklerdir.”(R8)

Ciğerim (2001), Long (2004), ve Toksöz ve Aras’ın (2016) çalışmalarında yöresel mutfak kavramı kültür, gelenek ve görenek kavramları ile bütünleştirilmesi ve Inwood ve arkadaşlarına (2009) göre yöresel yemekler o bölgede yetiştirilen yiyeceklerle hazırlandıklarını ifade etmesi bakımından elde edilen verilerle tutarlılık gösterdiği görülmektedir.

**Tablo 4. Katılımcıların Mengen’in Yöresel Yemeklerini Bilme Durumu**

Mengen Yöresel Yemekleri	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	F	%
Bulgur çorbası		√			√	√		√	4	50,0
Höşmerim	√	√	√	√	√	√	√	√	8	100
Kaldırık dolması	√	√	√	√	√	√	√	√	8	100
Kedi batmaz	√	√	√	√	√	√	√	√	8	100
Keşli erişte	√	√	√			√			4	50,0
Diğer yöresel yemekler	√	√	√	√	√	√	√		7	87,5

Katılımcıların Mengen’in yöresel yemeklerini bilme durumu incelendiğinde katılımcıların %50’si Bulgur çorbasını ve Keşli Erişte, Höşmerim, Kaldırık Dolması ve Kedi Batmaz’ ı bildiklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların % 87,5 ‘i ise bu yemeklerin dışında Hodan, Cincile Mantarlı Çorba ve Börek, Bazlama, Mengen Peyniri, Mengen Pilavı gibi yemeklerinde olduğunu ifade etmişlerdir.

**Tablo 5. Mengen’in Yöresel Yemeklerine Restoran Menülerinde Yer Verme Durumu**

Restoranların Menülerinde Yöresel Yemeklere Yer Verme Durumu	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	F	%
Evet		√	√		√	√		√	5	62,5
Kısmen	√								1	12,5
Hayır				√			√		2	25,0

Katılımcıların Mengen’in yöresel yemeklerine restoran menülerinde yer verme durumu incelendiğinde araştırmaya katılanların % 62,5’i “evet” yöresel yemeklere menülerimizde yer veriyoruz derken, %12,5’i “kısmen” yer veriyoruz, % 25,0 ‘i ise “hayır” yöresel yemeklere menülerimizde yer vermiyoruz şeklinde ifade etmiştir. Katılımcıların yöresel yemeklere menülerinde yer verme durumuna ilişkin ifadeleri;

“Erişte, Mengen pilavı ve Mengen peyniri bekletildiği için verilebilmekte.”(R1)

“Bulgur çorbası ve ana yemekleri kendimize göre değiştirip veriyoruz.”(R2)

“Keşli erişte, kaldırık dolması, mantar çorbası, mantarlı pilav, mantarlı börek.”(R3)

“Bulgur çorbası verilmektedir.”(R4)

“Höşmerim, kahvaltılıklar ve köy peyniri tereyağı ve reçeller.(R5)

“Bulgur çorbası, keşli erişte, höşmerim, kaldırık dolması.”(R6)

“Bulgur çorbası verilmektedir.”(R8)

Katılımcıların verdikleri yanıtlar incelendiğinde Mengen’de faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmeleri menülerinde yöresel yemeklere sınırlı oranda yer vermektedir. Özellikle bulgur çorbası, keşli erişte, kaldırık dolması ve höşmerim işletmelerin genelinde verilmektedir.

Hatipoğlu, Zengin, Batman ve Şengün (2012), Mil ve Denk (2015), Büyüksalvarcı, Sapçılar ve Yılmaz (2016) çalışmalarında yörede bulunan yiyecek-içecek işletmelerinin yöresel yemekleri menülerinde bulundurma oranının sınırlı olduğu görülmüştür. Araştırma sonuçları bu bakımdan tutarlılık göstermektedir.

**Tablo 6. Restoranların Menülerinde Yöresel Yemeklere Yer Vermeme Nedenleri**

Yöresel yemeklere yer vermeme nedenleri	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	F	%
Anlık üretilmemesi	√			√					2	25,0
Bekletilmenin lezzeti olumsuz etkilemesi	√							√	1	25,0
Bekletilmenin sunuma olumsuz etkisi	√			√				√	2	37,5
Tercih edilmemesi				√					1	12,5
Diğer yer vermeme nedenleri		√					√		1	25,0

Katılımcıların Mengen’in yöresel yemeklerine restoran menülerinde yer vermeme nedenleri incelendiğinde; katılımcıların % 25,0’i “ Anlık üretilmemesi”, %25,0’inin “Yöresel yemekleri bekletmenin lezzeti olumsuz etkilemesi”, %37,5’inin “Yöresel yemekleri bekletmenin sunumu olumsuz etkilemesi”, %12,5’i “ Yöresel yemeklerin tercih edilmemesi” gibi nedenlerden dolayı yöresel yemekleri restoranlarında sunamadıklarını ifade etmişlerdir. % 25,0’i ise diğer nedenlerden dolayı (yöresel yemeklerin bilmeyen kişiler tarafından ön yargı ile karşılanması ve işletme konsepti) yer veremediklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların yöresel yemeklere restoran menülerinde yer vermeme nedenlerine ilişkin ifadeleri;

“Anlık pişirilip yenilmesi gereken yemekler, bekletildiğinde lezzet ve sunum açısından değişiklikler meydana geldiği için yer veremiyoruz.” (R1)

“Çünkü yöresel yemeklerin dayanıklılığı az, hemen tüketilmesi lazım, alıcısı az.”(R4)

“Dayanaksız yapılar yapılmaz tüketilmeleri gerekir, beklemeye gelmezler”(R8)

“Sadece ızgara çeşitleri ve kahvaltı hizmeti verildiği için” (R7)

Katılımcıların yöresel mutfakların tanıtımı için yapılması gerekenler faaliyetlere ilişkin görüşleri incelendiğinde; katılımcıların % 25,0 ‘i “festival; fuar, kongre düzenleme”, % 25,0 ‘i “kurs ve seminer düzenleme”, % 25,0 ‘i “sahip çıkma”, %12, 5’i “sosyal medyanın kullanılması”, %12, 5’i “TV programlarında tanıtım yapma”, %12, 5’i “yerel halka ve öğrencilere eğitim verme” ifadelerini kullanmışlardır. % 75,0’i ise diğer tanıtım unsurları kullanılarak(yeni menülerin oluşturulması ve bunların tescil ettirilmesi, aslına uygun kalarak yeni tariflerin geliştirilmesi ve tanıtılması, özellikle

yurt dışında Türk aşçıların yemekler yapıp sunum ve tadımlar yaptırılmaları, ürünlere piyasa oluşturup önce tanıtım sağlanmalı daha sonra uygun olabilecek uluslararası alanlarda satışa sunulmalıdır) gibi unsurlar kullanılarak yöresel mutfakların ulusal ve uluslararası alanlarda tanıtımının sağlanabileceğini ifade etmişlerdir. Katılımcıların yöresel mutfakların tanıtımı için yapılması gerekenler faaliyetlere ilişkin görüşleri.

“Ürünlere piyasa oluşturup önce tanıtım sağlanmalı daha sonra uygun olabilecek Uluslararası alanlarda satışa sunulabilir.”(R1)

“Mengenli işletmeciler ustalarla bir araya gelerek yeni menüler oluşturmalı, bu menüler tescil ettirilmeli, kurslar verilmeli.”(R2)

“Özüne ve gerçeğe sadık kalarak tanıtımı yapılmalı, yeni tarifler ve isimler uydurulmalı.”(R3)

“Destek ve teşvik olunmalı, festivaller düzenlenmeli, belediyeler destek vermeli.”(R4)

“Türk yemeklerinin reklamlarla duyurulması gerekir, yurtdışında Türk aşçıların yemekler yapıp sunum ve tadımlar yaptırılmalı.”(R5)

“Fuarlara katılıp tanıtımlar yapılmalı, TV programları ve sosyal medyada tanıtımı yapılabilir.”(R6)

“Okullarda seminerler verilebilir, aşçı derneklerini katılımlarının olduğu organizasyonlarla tanıtımlar yapılmalıdır.”(R7) “Okullarda öğretilmesi lazım.”(R8)

**Tablo 7. Katılımcıların Yöresel Mutfakların Tanıtımı İçin Yapılması Gerekenler Faaliyetlere İlişkin Görüşleri**

Yöresel mutfakların tanıtımı için yapılması gerekenler	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	F	%
Festival, fuar, kongre düzenleme				√		√			2	25,0
Kurs ve seminer düzenleme		√					√		2	25,0
Sahip çıkma		√	√						2	25,0
Sosyal medyanın kullanılması						√			1	12,5
TV programlarında tanıtım yapma						√			1	12,5
Yerel halka ve öğrencilere eğitim verme								√	1	12,5
Diğer tanıtım unsurları	√	√	√	√	√		√		6	75,0

Aslan vd., (2014) yapmış oldukları çalışmada yöresel yemeklerin ön plana çıkartılması için fuarlarda stantlar açılıp bölgeye özgü lezzetlerin ikram edilmesinin tanıtım açısından önemli bir etken olduğunu ifade etmiştir. Bucak ve Turan (2016) çalışmalarında tanıtım faaliyetlerinde yerelliğin ön planda tutularak şölen ve festivallere ağırlık verilmesi gerektiği aynı zamanda toplantı ve kongreler düzenleyerek bu etkinliklerin sürekliliğinin sağlanması gerektiği ifade edilmiştir. Serçeoğlu (2014) yapmış olduğu çalışmada; Erzurum mutfak kültürünü yaşatabilmek için halka yöresel mutfak hakkında eğitim verilmesini ve yazılı-görsel basından tanıtım için yararlanılması gerektiğini ifade etmiştir.

Gökdeniz vd., (2015) yöresel mutfağın tanıtılması için, yörede yemek kültürünü turistlere yansımaya yönelik faaliyetler geliştirilmesi gerektiği bu faaliyetler arasında; yeme içme kültürü

ile eğlenceyi birleştiren festivaller yapılması gerektiği, tv, gazete, dergi vb. iletişim araçlarında yemek tarifleri ünlü şeflerin eski ve yeni tatların keşfi programları düzenlenmesi gerektiğini ifade etmiştir. Şengül ve Türkay (2016) çalışmalarında; yörede düzenlenen festival vb. organizasyonlarda yöresel mutfak kültürünün ön plana çıkartılarak tanıtılması gerektiğini ifade etmiştir. Çapar ve Yenipınar (2016) çalışmalarında; destinasyonların sahip oldukları eşsiz kültürel yiyecek ve içeceklerinin korunup kullanımı ve tanıtımı için patent, coğrafi işaretleme, tescil ve Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütünün somut olmayan kültürel miras listesine girebilmek gibi çeşitli önlemleri aldıklarını ifade etmiştir. Büyüksalvarcı vd., (2016) çalışmalarında; yöresel mutfakların tanıtımı için öneri olarak belediyelerin yöresel yemek yarışmaları düzenleyerek ödüller vermesi gerektiği yöresel yemek sunan işletmeleri desteklemesi gerektiğini ifade etmiştir. Ayrıca yöresel mutfağın tanıtılması için yazılı ve görsel meydanında kullanılması gerektiğini ifade etmiştir. Katılımcıların yöresel mutfakların tanıtımı için yapılması gerekenler faaliyetlere ilişkin görüşleri ile literatür tutarlılık göstermektedir.

### **Sonuç ve Öneriler**

Bu çalışma Aşçılarıyla ünlü Mengen'de faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmelerinin menülerinde yöresel yemeklerin kullanılma durumunu tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Yöresel yemekler; kültürel mirasın bir parçası olmakla birlikte ziyaret edilen bölgenin özgün niteliklerine katkı sağlayan en önemli çekicilik unsurlarındandır. Bu sebeple de geleneksel yemeklerin turizm ürünü olarak kullanılabilmesi ve etkileme aracı olabilmesi için turizm faaliyetlerinin gereklerine uygun hazırlanması gereklidir. Yöresel yemekler de tıpkı el yapımı diğer yerel ürünler gibi tanınmış hale getirilerek turist profiline uygun hale dönüştürülmelidir (Aslan vd., 2014).

Konuyla ilgili literatür incelendiğinde yöresel mutfakların; ait olduğu bölgenin kültürünü yansıttığı ve ziyaret edilen coğrafi alanın zenginliğini gösterdiği ifade edilmektedir. Bu bakımdan ziyaret edilen alanda önemli bir çekicilik unsuru ve soyut kültürel mirasın somut olarak tanıtılması ve aktarılmasında önemli bir araçtır. Yöresel mutfaklar o yörede hangi yöresel yiyeceklerin olduğu ve bu yiyeceklerle hangi yemeklerin yapıldığı, nasıl pişirildiği ve bu yemeğin o yörede nasıl sunulduğu hakkında bilgi vermektedir.

Çalışmanın başlıca bulguları; katılımcılar yöresel yemek kavramına ilişkin literatürdekine benzer tanımlamalara değinmektedir. Yöresel mutfak ve yöresel yemeklerin özelliklerine ilişkin olarak, yapılan yemeğin o yöreye has olması, o yörede yetişen ürünlerden yemeğin hazırlanması, o bölgedeki kişiler tarafından yapılması, orijinal olarak sunulması, sunulduğu yörenin kültür, örf ve âdetini yansıtması büyük önem arz etmektedir. Katılımcıların genellikle yöreye ait yemekleri bildiği görülmekte Bulgur çorbası, Höşmerim, Kaldırık dolması, Kedi batmaz'ın en çok bilinen yöresel yemekler olduğu görülmektedir. Katılımcıların işletmelerinde yöresel yemeklere yer vermesine rağmen bu sayının sınırlı olduğu görülmektedir bunun nedeni olarak da yöresel yemeklerin anlık üretilmemesi, bekletildikleri zaman lezzet ve sunum bakımından olumsuzluklar yaşanması, yöre halkı tarafından tercih edilmemesi ve dışarıdan gelen kişiler tarafından bilinmediği için ön yargılı davranılması olarak ifade edilmiştir. Katılımcılar ulusal ve uluslararası anlamda yöresel yemeklerin tanıtımlarının sağlanması gerektiğini düşünmektedir. Aynı zamanda yapılan tanıtımların yetersiz olduğunun da farkındadır. Yöresel yemekleri tanıtımını sağlamak amacıyla fuar ve yarışmalarda tanıtımlarının yapılması, yöresel yemeklerin standartlaştırılması, kurs ve seminerlerin düzenlenmesi, okullarda yöresel yemeklere yönelik eğitimler verilmesi TV programları ve sosyal medyanın tanıtım aracı olarak kullanılması gerektiği, derneklerin, belediyelerin de bu tanıtımda destek vermesi oldukça önem arz etmektedir.

Mengen Bolu ilinin turizm potansiyeli olan ilçelerindedir. Özellikle kırsal turizm, dağ ve yayla turizmi, kamping, gastronomi turizmi ilçe bünyesinde bulunan alternatif turizm kaynaklarıdır. Kırsal ve doğal özellikleri ile gastronomi turizmi sıkı bir ilişki içerisinde olarak bölgede hak ettiği yere gelebilecektir. Sahip olunan ve yöreyle özdeşleşmiş olan Mengen peyniri için coğrafi işaret patenti, patent ve tescil başvurularının yapılması gerekmektedir. Bu başvuruların sonuçlanmasından sonra markalaşma yolunda girişimlerde bulunulmalıdır. Bunun yanı sıra yöre ile özdeşleşmiş kızılıcak tarhana, cincile mantarlı su böreği, kaldırık dolması, hödele, kedi batmaz, hoşşerim, kanlıca mantarı sote gibi birçok yöresel lezzet bulunmaktadır. Bu ürünlerinde standart reçeteleri oluşturulmalı, Türk ve dünya mutfakları literatürüne kazandırılmalıdır. Mengen' in yemek kültürü farklı lezzetler arayan ziyaretçilere farklı alternatifler sunmaktadır. Özellikle Mengen 'e has usullerle üretilen yerel ve küçük ölçekli doğal besin maddeleri ve bu maddelerle yapılan yemekler kullanılarak gastronomi turizminin kırsal turizme adaptasyonu ve bu adaptasyon sağlandıktan sonra geliştirilmesi için elverişli bir ortam oluşturulmalıdır. Bu elverişli ortamın oluşturulması yerel ekonomiye katkı sağlarken gelirinde eşit dağılmasına yardımcı olacaktır. Özellikle yöresel, doğal ot ve mantarların yemeklerde kullanılması farklı tatlar arayan misafirler için alternatif lezzet kaynakları olarak karşımıza çıkmaktadır. Yöreye konaklama amacıyla gelen yabancı ziyaretçiler için yöresel mutfakla yemek hizmeti veren kırsal pansiyonlar ve çiftlik evleri yapılarak, kırsal turizm faaliyetine katılmak isteyen doğaseverlerin konaklama ihtiyacı karşılanmalıdır. Yörede üretilen organik besin maddelerinin satışı için stantlar kurulabilir. Gelen misafirlere yörede yetişen doğal ürünlerin toplanması ve hazırlanması aşamalarında da aktiviteler yapmaları sağlanabilir.

Bu çalışmada nitel araştırma yaklaşımı kullanılması nedeniyle birtakım sınırlılıklar bulunmaktadır. Bu nedenle edilen sonuçlar genellenemez. Daha sonraki araştırmalarda nitel ve nicel araştırma yaklaşımlarıyla desteklenerek çalışma genişletilebilir. Bu çalışmada sadece yiyecek ve içecek işletmeleri katılımcılarının bakış açısı ele alınmıştır. İleriki çalışmalarda tedarikçi, çiftçi, müşteri gibi paydaşları da kapsayan çalışmaların yapılması daha farklı sonuçlara ulaşılmasını sağlayacaktır.

### **Kaynakça**

- Akan, L.S. (2007). Safranbolu Mutfak Kültürü Üzerine Bir Araştırma. Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, *Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı*, Cilt:13-14, Ankara.
- Altusaban, S.; Yay, Ö. ve Erdem, Ö. (2017). Yöresel Mutfak Kavramına İlişkin Şeflerin Bakış Açılarının Değerlendirilmesi, *II. Rize Turizm Sempozyumu*, Rize, Türkiye, 4-6 Kasım 2016, ss. 237-261.
- Arman, A. (2011). *Türk Mutfak Kültürü Tanıtım Sorunu: Mengen Mutfağı Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Düzce.
- Aslan, Z.; Güneren, E. ve Çoban, G. (2014). Destinasyon Markalaşma Sürecinde Yöresel Mutfağın Rolü: Nevşehir Örneği, *Journal of Tourism And Gastronomy Studies* 2/4 (2014) 3-13.
- Baran, Z ve Batman, O. (2013). Destinasyon Pazarlamasında Mutfak Kültürünün Rolü: Sakarya Örneği. *14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, 05-08 Aralık. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi, 1355-1367.
- Baysal, A. (1993). Türk Yemek Kültüründe Değişmeler, Beslenme ve Sağlık Yönünden Değişmeler. *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar*. Ankara: *Türk Halk Kültürünü Araştırma Ve Tanıtma Vakfı Yayınları Yayın*, (3), 12-20.
- Bucak, T. ve Turan, Ö. (2016). Bölge Turizmine Yeni Akımların Etkisi: Gökçeada Yavaş Yemek Örneği. *Journal Of Yasar University*, 11(43).

- Büyükşalvarcı, A.; Şapcılar, M. C., ve Yılmaz, G. (2016). Yöresel Yemeklerin Turizm İşletmelerinde Kullanılma Durumu: Konya Örneği (Using. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 165, 181.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 1 (2), 39-51.
- Çapar, G. ve Yenipınar, U. (2016). Somut Olmayan Kültürel Miras Kaynağı Olarak Yöresel Yiyeceklerin Turizm Endüstrisinde Kullanılması. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies. 4/ Special Issue* 1ss,100-115.
- Cömert, M. (2014). Turizm Pazarlamasında Yöresel Mutfakların Önemi Hatay Mutfağı Örneği. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*,2(1), 64-70.
- Cömert, M. ve Durlu Özkaya, F. (2014). Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi, *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.
- Cömert, M. ve Özata, E. (2016). Tüketicilerin Yöresel Restoranları Tercih Etme Nedenleri Ve Karadeniz Mutfağı Örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 42, 1963-1973.
- Ciğirim, N. (2001). Batı ve Türk Mutfağının Gelişimi, Etkileşimi ve Yiyecek-İçecek Hizmetlerinde Türk Mutfağının Yerine Bir Bakış 2000. *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, Türk Halk Kültürünü Araştırma Ve Tanıtma Vakfı Yayınları*, Yayın No:28 Ankara.
- Cohen, L.; Mannion, L. ve Morrison, K. (2007). *Research Methods in Education*. Routledge, Taylor Ve Francis Group.
- Çelik, S.D.Y. (2010). Mengen’de Özel Gün Yemekleri. *Millî Folklor*, 2010, Yd 22, Sayı 86.
- Çevik, S. ve Saçılık, M. (2011). Destinasyonun Rekabet Avantajı Elde Etmesinde Gastronomi Turizminin Rolü: Erdek Örneği. *Düzce: 12. Ulusal Turizm Kongresi*, 30 Kasım-4 Aralık.
- Çokişler, N. ve Türker, A. (2016). Mutfak Kültürünün Turizm Ürünü Olarak Kullanım Etkinliğinin İncelenmesi: Ayder Turizm Merkezi Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 6(14), 122-136.
- Crano, W. ve Brewer, M. (2002). *Principles And Methods Of Social Research (2nd Edition)*. New Jersey: Lawrance Erlbaum Associates Publishers.
- Creswell, J. (1998). *Qualitative Inquiry And Research Design: Choosing Among Five Approaches*. London: Sage Publications.
- Çulha, O. ve Kalkan, A. (2015). Tanıtım Broşürleri Gözüyle Anadolu Yöresel Mutfakları, *I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, And Indicators (Eitoc-2015)*, 28-30 Mayıs 2015, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Duram, L. ve Cawley, M. (2012). Irish Chefs And Restaurants İn The Geography Of “Local” Food Value Chains. *The Open Geography Journal*, 5, 16-25.
- Dündar Arıkan, A. (2016). *Gastronomi Turizmi*. İçinde (Ed. Yüksek, G.) Alternatif Turizm. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.
- Dündar Arıkan, A. (2017). Eskişehir’deki Yiyecek İçecek İşletmelerinin Menülerinde Eskişehir Mutfağının Yeri. *Journal Of Human Sciences*, 14(2), 2061-2077.
- Elo, S.; Kaariainen, M.; Kanste, O.; Pölkki, T.; Utriainen, K. ve Kyngas, H. (2014). Qualitative Content Analysis: A Focus On Trustworthiness. *Sage Open*. 1-10. Doi: 0.1177/2158244014522633

- Enright, M. ve Newton, J. (2005). Determinants Of Tourism Destination Competitiveness In Asia Pasific: Comprehensiveness And Universality. *Journal Of Travel Research*, 43 (4), 339-350
- Feldmann, C. ve Hamm, U. (2015). *Consumers' Perceptions And Preferences For Local Food: A Review*. Food Quality And Preference, 40, 152-164.
- Fraenkel, J. R. ve Wallen, N. (2000). *How To Design And Evaluate Research In Education*. New York: Mcgraw-Hill.
- Giovannucci, D.; Barham, E. Ve Pirog, R. (2014). Defining And Marketing "Local" Foods: Geographical Indications For Us Products. *The Journal Of World Intellectual Property*, 13(2), 94-120.
- Gökdeniz, A.; Erdem, B.; Dinç, Y. Ve Uğuz, S. Ç. (2015). Gastronomi Turizmi: Ayvalık'ta Yerli Turistler Üzerinde Görgül Bir Araştırma. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 3(1), 14-29.
- Graneheim, U. H. ve Lundman, B. (2004). *Qualitative Content Analysis In Nursing Research: Concepts, Procedures And Measures To Achieve Trustworthiness*, Nurse Education Today, 24, Ss. 105-112.
- Güler, S. (2010). Türk Mutfak Kültürü Ve Yeme İçme Alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26, 24-30.
- Güneş, G., Ülker, H.İ. ve Karakoç, G. (2008). Sürdürülebilir Turizmde Yöresel Yemek Kültürünün Önemi. *II. Ulusal Gastronomi Sempozyumu Ve Sanatsal Etkinlikler*, Divan Otel Tayla-Antalya.
- Güzel, G. (2009). Gastronomi ve İnovasyon, *İz Atılım Üniversitesi Dergisi*, Sayı:8, 28-29.
- Hacıoğlu, N.; Girgin, G. K. Ve Giritlioğlu, İ. (2009). Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Pazarlama Faaliyetlerinde Yöresel Mutfakların Kullanımı: Balıkesir Örneği. *3. Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri*, 17-18 Nisan. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Alanya İşletme Fakültesi. Okulu [Http://Www.Tgyd.Net/ Syf=5&Id=78129](http://www.tgyd.net/Syf=5&Id=78129)> (22.08.2016).
- Hall, C. M. ve Valentin, A. (2005). *Content Analysis "İçindeb. Ritchie, P. Burns And C. Palmer (Editörler), Tourism Research Methods*, Ss. 191-209. Cambridge: Cab International.
- Hatipoğlu, A.; Zengin, B.; Batman, O. ve Şengül, S. (2013). Yöresel Yemeklerin, Kırsal Turizm İşletmeleri Mönülerinde Kullanım Düzeyleri: Gelveri Örneği, *Uluslararası Sosyal Ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(1), 6- 11.
- Hsieh, H. ve Shannon, S. E. (2005). Three Approaches To Qualitative Content Analysis, *Qualitative Health Research*, 15 (9), Ss. 1277-1288.
- Hu, M. Ve J. R. B. Ritchie (1993). Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach. *Journal Of Travel Research*, 32 (2), 25-34.
- Inwood, S. M.; Sharp, J. S.; Moore, R. H. Ve Stinner, D. H. (2009), Restaurants, Chefs And Local Foods: Insights Drawn From Application Of A Diffusion Of İnnovation Framework. *Agriculture And Human Values*, 26 (3), 177-191.
- Kivela, J. J. ve Crotts, J. C. (2009). Understanding Travelers' Experiences Of Gastronomy Through Etymology And Narration. *Journal Of Hospitality Ve Tourism Research*, 33(2), 161-192.
- Kelle, U. (1995). *Computer Aided Qualitative Data Analysis*. London: Sage Publications
- Kızılırmak, İ.; Albayrak, A. ve Küçükali, S. (2014). Yöresel Mutfağın Kırsal Turizm İşletmelerinde Uygulanması: Uzungöl Örneği. *Uluslararası Sosyal Ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 4(1), 75-83.
- Kodaş, D. ve Dikici, E. (2012). Ahlat, Kırsal Bölgesinde Gastronomi Turizminin Muhtemel Toplumsal Etkileri Üzerine Nitel Bir Çalışma. *Aksaray Üniversitesi İibf Dergisi* 4(2): 51-69
- Kozak, M. (2014). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım Ve Yayım Teknikleri*, Ankara:Detay Yayıncılık.



- Küçükaltan, G. (2009). Küreselleşme Sürecinde Gastronomide Yöresel Tatların Turistlerin Destinasyon Tercihlerine Ve Ülke Ekonomilerine Etkileri. 3. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri*, 17-18 Nisan. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Alanya İşletme Fakültesi. Okulu [Http://Www.Tgyd.Net/Syf=5&Id=78129](http://www.tgyd.net/Syf=5&Id=78129)> (22.08.2016).
- Landis, J. R. ve Koch, G. G. (1977). The Measurement Of Observer Agreement For Categorical Data. *Biometrics*, 33, 159-174.
- Lang, M., Stanton, J. ve Qu, Y. (2014). Consumers' Evolving Definition And Expectations For Local Foods. *British Food Journal*, 116 (11), 1808-1820.
- Long, M. L. (2004). *Culinary Tourism* (2. Baskı). Usa: The University Press Of Kentucky.
- Miles, M. B.; Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook Of New Method* (Sec. Ed.) Thousand Oaks, Ca: Sage.
- Mil, B. ve Denk, E. (2015). Erzurum Yöresel Ürünlerinin Otel Restoran Menülerinde Kullanım Düzeyleri: Palandöken Örneği. *Uluslararası Sosyal Ve Ekonomik Bilimler Dergisi*. 5(2):1-7,2015
- Oğuz, O. (1990). Üçüncü Milletlerarası Yemek Kongresi Açılış Konuşması. Ankara, 1. *Konya Kültür Ve Turizm Vakfı Yayını Bildiri Kitabı*, 7-12 Eylül.
- Özdemir, G. (2007). *Destinasyon Yönetimi Ve Pazarlama Temelleri İzmir İçin Bir Destinasyon Model Önerisi*. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İzmir.
- Pekyaman, A. (2008). *Turistik Satın Alma Davranışında Destinasyon İmajının Rolü Afyonkarahisar Bölgesinde Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Serçeoğlu, N. (2014). Yöre Halkının Mutfak Kültürünü Tanıma Durumunun Tespit Edilmesi: Erzurum İli. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 2/4 36-46
- Soner, F. (2013). *Gastronomy Tourism: A Solution For Small Cities Marketing And Regional Development*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Sünnetçioğlu, S.; Can, A. ve Durlu-Özkaya, F.(2012). Yavaş Turizmde Coğrafi İşaretlemenin Önemi. 13. *Ulusal Turizm Kongresi*, 6-9 Aralık 2012, Antalya, 953-962
- Strauss, A. ve Corbin, J. (1990). *Basics Of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures And Techniques*, California: Sage Publications.
- Şanlıer, N. Ve Arıkan, B. (2001). “Elazığ Mutfağından Unutulmak Üzere Olan Birkaç Yemek”, “Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, *Türk Halk Kültürü Araştırma Ve Tanıtma Vakfı Yayınları*, Yayın”, No:29, 167-175.
- Şanlıer, N.; Cömert, M. ve Durlu Özkaya, F. (2012). Gençlerin Türk Mutfağına Bakış Açısı. *Milli Folklor*, Yıl:24, Sayı:94(152-161). <http://www.antakyaturu.com/index.php?okod=104> Erişim Tarihi: 10.03.2014
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2015). Bölge Restoran Menülerinin Belirlenmesinde “Yöresel Mutfaklar” Eğitiminin Kullanılması: Mudurnu Örneği. *Electronic Journal Of Vocational Colleges, Umyos Özel Sayısı*, 4, 1-6.
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2016). Yöresel Mutfak Unsurlarının Turizm Destinasyonu Seçimindeki Rolü (Mudurnu Örneği). *Uluslararası Yönetim İktisat Ve İşletme Dergisi*, 12(29), 63-87.
- Tekgül, N. ve Baykan, S., (1993). Evlerimizde Pişirilen Pilav Çeşitleri. Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, *Türk Halk Kültürünü Araştırma Ve Tanıtma Vakfı Yayınları*, No:3, 1-11, Ankara.

- Toksöz, D. ve Aras, S.(2016). Turistlerin Seyahat Motivasyonlarında Yöresel Mutfağın Rolü. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies 4/Special Issue1*, (2016) 174-189
- Türsab (2015). Gastronomi Turizmi Raporu, 18.08.2016 Tarihinde [http://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu\\_12302\\_3531549.pdf](http://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu_12302_3531549.pdf) sitesinden alınmıştır.
- Üçer, M. ve Peşken, F. (2001). *Divriği'de Mutfak Kültürü-Yemekler, Gelenekler, İnançlar, Atasözleri*. Sivas Hizmet Vakfı Yayınları.
- Üner, M. M.; Güçer, E. ve Taşçı, A. (2006). Türkiye Turizminde Yükselen Destinasyon Olarak İstanbul Şehrinin İmaja. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(2), 189:201
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2014). *Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri (4. Baskı)*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (9. Baskı)*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yüncü, H. R. (2010). *Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi Ve Perşembe Yaylası 10. Aybastı-Kabataş Kurultayı Aybastı-Kabataş Kurultayı Yayınları No: 11* Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Şti.