

MUTFAK ŞEFLERİNİN YÖRESEL ÜRÜNLERE İLGİSİ: ISPARTA ÖRNEĞİ

*The INTEREST of THE CUISINE CHEF to LOCAL
PRODUCTS: THE CASE of ISPARTA*



MEHMET ANIL KÜÇÜKYAMAN

Süleyman Demirel Üniversitesi

anl.yaman07@gmail.com

ORCID: 0000-0003-1379-7998

Doç. Dr. ŞİRVAN ŞEN DEMİR

Süleyman Demirel Üniversitesi

sirvansendemir@gmail.com

ORCID: 0000-0003-3253-1001

Dr. Öğr. Üyesi GÜLAY BULGAN

Süleyman Demirel Üniversitesi

gulaybulgan@sdu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-9648-311X

ABSTRACT

Local products, which are produced and presented by region-specific methods, constitute the identity of the region, by eating and drinking culture in a region. It is important that the local products are not lost and that their protection is transferred to future generations as they are. Agricultural products grown in a region has an important place in the formation of local cuisine. The aim of the work; to find out what the local agricultural products in grown and cuisine chefs whom are working in Isparta region, interest in evaluate. Data was collected by applying the interview method in the center of Isparta from eleven cuisine chefs working in the local market and using local products. Based on the literature review, 17 questions were directed to the participants and their views were recorded The most important agricultural products unique to the region are said to be rose, apple, cherry, mushroom, pumpkin, grape and apricot. It is stated that these products are used in the production of sweet, sherbet and jam. Foreigners who visit Isparta especially prefer local food and drinks but young people do not prefer local food and drinks.

Keywords: Local Product, Cuisine Chefs, Isparta

ÖZ

Bir bölgedeki yeme içme kültürü ile bölgede yetişen, üretilen bölgeye özgü yöntemlerle sunulan yöresel ürünler yörenin kimliğini oluşturmaktadır. Yöresel ürünlerin kaybolmaması ve oldukları gibi korunmaları, gelecek nesillere aktarılması önemlidir. Bir yörede yetiştirilen tarım ürünlerinin de o yörenin mutfağının oluşumunda önemli bir yeri vardır. Çalışmanın amacı da Isparta yöresinde yetişen yöresel tarım ürünlerinin neler olduğu ve bu ürünlere yörede çalışan mutfak şeflerinin ilgisini değerlendirmektir. Veriler, 2017 yılı Aralık ayında Isparta merkezde yer alan yöresel ürün kullanarak hizmet veren işletmelerde çalışan 11 mutfak şefine mülakat yöntemi uygulanarak toplanmıştır. Literatür taramasına dayandırılarak hazırlanan 17 soru katılımcılara yöneltilmiş ve görüşleri kayıt altına alınmıştır. Görüşmede yöreye özgü en önemli tarım ürünlerinin, gül, elma, kiraz, mantar, bal kabağı, üzüm ve kayısı olduğu belirtilmiştir. Bu ürünlerin özellikle tatlı, şerbet ve reçel yapımında kullanıldığı belirtilmiştir. Isparta'yı ziyaret eden yabancılarında özellikle yöresel yiyecek içecekleri tercih ettikleri ancak gençlerin yöresel yiyecek ve içecekleri çok tercih etmedikleri belirtilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yöresel Ürün, Mutfak Şefleri, Isparta.

GİRİŞ

Yeryüzünde yer alan topluluklar, yaşamda kalabilmek için kendilerine özgü beslenme şekilleri geliştirmişlerdir. Toplumun beslenme kültürü, geçmişten gelen yaşam şekli, örf-adetler, gelenek-göreneklere göre şekillenmiştir. Anadolu'ya göç eden Türklerin uzun bir geçmişe dayanan mutfak kültürleri bulunmaktadır. Savaşlar, Fetihler ve diğer sebeplerle birçok uygarlık ile kaynaşan Türk toplumunun mutfağının da çeşitlilik bakımından üst seviyede olduğu düşünülmektedir. Yapılan araştırmalarda, Türkiye'de geçmişte farklı toplulukların etkisi ile zenginleşen Türk Mutfağı dünyanın en fazla besin değerlerine sahip mutfağı olma özelliği taşımaktadır (Çakıcı ve Eser, 2016). Türk mutfağının geçmişten gelen zenginliğini, yemeklerin üretim aşamasında kullanılan yiyecek ürünleri ve pişirme yöntemleri sağlamaktadır. Bu durum Türk mutfağına ayrı ve farklı bir mutfak olma özelliği sağlayabilmektedir (Giritlioğlu, 2008). Yeme-içme kültürü toplumların çeşitli alanlarında etkilidir. Yaşam kalitesi, beslenme alışkanlıkları, ekonomik durum ve refah düzeyleri gibi çeşitli etkenler, yöresel ürün kullanarak hazırlanan yemek kültürünü etkilemektedir. Bu nedenle toplumlar arasında yeme-içme alışkanlıkları, yemek çeşitleri, yemek sunumları farklılık gösterebilir (Albayrak, 2013). Dünya mutfakları arasında bir değerlendirme yapıldığında, Orta Asya'dan yola çıkarak Selçuklu ve Osmanlı Mutfağı ile şekillenerek Dünya mutfakları tarafından çeşitli yönlerden beğenilen Türk Mutfağı ortaya çıkmıştır (Şanlıer, 2005).

Destinasyonların geçmişten geleceğe sahip olduğu yiyecek ve içecek kültürü gastronomi kimliği içinde önemlidir. Bir bölgede yetişen, gerekli üretim çalışmalarının yapıldığı yöreye ait ürünler o bölgeye ait gastronomi kimliğinin oluşmasına imkân sağlayabilmektedir. Toplumun içinde yer aldığı çevreden kaynaklanan faktörler ve geçmişten gelen örf ve adetlerin oluşturduğu kültürel faktörlerde bu noktada etkili olabilmektedir. Bölgenin lezzet yapısı, yöresel ürünleri, coğrafi iklim kuşağı, sofrada adabı ve benzeri unsurlar gastronomi kimliğini oluşturmaktadır (Nebioğlu, 2016).

Yöresel Ürün

Belli bir alan veya bölgenin coğrafi sınırları içinde yetiştirilen ve o bölgenin veya yörenin adıyla anılan ürünler "yöresel ürün" olarak adlandırılmaktadır (Cerrahoğlu, 2015). Yöresel ürünleri sadece bölgenin ekonomik kazancı değil geçmişten gelen yörenin tarihi, kültürel bir parçasıdır (Karaca, 2016). Yöresel ürünlerin o bölgenin yöresel kimliğini de oluşturduğu göz ardı edilmemelidir. Yöresel ürünler, bölgede yaşamını sürdüren ve bu ürünlerin üretimini yapan yöre halkının geleneklerini, örf ve adetlerini

Mehmet Anıl
Küçükayman, Şirvan
Şen Demir, Gülay
Bulgan, 2 (Ek.1)
2018

yansıtmaktadır. Ayrıca geçmişten gelen yeme-içme alışkanlıkları gibi çeşitli durumlar hakkında bilgi sahibi olunmasına da olanak sağlayabilmektedir.

Ülkemiz, tarihi ve kültürel yapısıyla pek çok yöresel ürünün üretilmesine olanak sağlayabilmektedir. Şehirlerin ismiyle özdeşleşen, ülke ve bölge ekonomisine katkılar sağlayan pek çok ürün bulunmaktadır. Ezine peyniri, Kahramanmaraş kırmızıbiberi, Malatya kayısı, Isparta gülü, İzmit pişmaniyesi gibi örnekler verilebilir (Köksal, 2014). Türkiye ye özgü geleneksel ve yöresel ürün çeşitliliğinin olması, yerel yiyecek ve içecek sektörü içerisinde yöresel değerlerin tüketiciler tarafından benimsenmesine katkı sağlayabilmektedir. Geleneksel değerlerin gelecek nesillere aktarımı gibi çeşitli kalıcı davranışların sağlanmasından dolayı belirli bir düzen içerisinde muhafaza edilmesi gerekmektedir (Orhan, 2010).

Demirer (2010) yaptığı çalışmada yöresel ürünlerin için *“Bu ürünler, içinde doğdukları toplumsal ve kültürel dokuda, kullanım değerine sahip varlıklar olarak yerel nüfusun yaşam sürecinin ayrılmaz parçaları haline gelerek kalıcı bir yer edinmişlerdir”* şeklinde bir açıklama yapmıştır. Destinasyonda yer alan yöresel ürünlerin sürekliliği yörede yer alan yöresel mutfak kültürünü de sürdürülebilirlik açısından şekillendirdiği söylenilebilir. Bölgelerde yer alan yöresel ürün diğer bir ifadeyle gastronomi kimliğine etki eden ürünler, yiyecek içecek sektöründe olduğu gibi turizm sektörünün geleceğinde de önemli bir olgu olabileceği düşünülmektedir (Başat, vd., 2017).

Yaşamın doğası gereği yemek kültürü, yeme-içme alışkanlığı, çeşitli şekillerde bireylerin karşısına çıkabilmektedir. Yöresel mutfak kavramı yiyecek içecek alanında önemli bir unsur olabilmektedir. Yöreye ait olan mutfak kültürü, alanında uzman kişiler tarafından çeşitli yöntemler kullanılarak tanıtımının yapılması yeme-içme kültürünün bireyler tarafından bilinmesine olanak sağlayabilmektedir. Geçmiş kültürümüzü ve yöresel ürünlerimizi kullanarak Türk mutfağının özgünlüğü sağlanabilmektedir. Destinasyon bölgelerinde, bölgeye özgü üretim teknikleri, yöresel ürünlerde özgünlük, otantik şekilde yöresel değerlerden yararlanarak üretilen ürünler yöresellik kavramına girebilmektedir. Son zamanlarda gündemde olan yiyecek içecek konusunda yöresel ürünlere ilginin artmasıyla tüketiciler açısından yöresel ürünler destinasyona yönelik bir çekim unsuru olabilmektedir.

Yöresel ürünler kalite açısından tüketiciler tarafından coğrafi işaret şekilleri ile tanınmaktadır. Hint halısı, Fransız şarapları gibi tarımsal ürünler üretimi

dolayısı ile coğrafi faktörlerin belirlediği kriterlere sahiptir (Meral ve Şahin, 2013). Yöresel ürün hakkında yapılan çalışmalar incelendiği zaman; Harrington (2005) yaptığı araştırmada “Yöresel ürün, geçmişten günümüze yeme-içme alışkanlıklarına dayanan bir çerçevedir” şeklinde belirtmiştir. Destinasyon bölgesinde yer alan çevresel, tarihsel, kültürel, yöreye ait olgularında yöresel yeme-içme kültürüne etkisi olduğundan söz edilebilir. Corigliona (2002) yapmış olduğu çalışmada İtalya’da yer alan yeme- içme kültürünü oluşturan faktörleri incelemiştir. Çalışmada yöresel ürünler şarap, peynir gibi kategoriler şeklinde oluşturulduğu gözlemlenmektedir.

Giresun fındığı, Isparta gülü, Fransız şarapları, Burdur ceviz ezmesi, Malatya kayısı gibi ürünler üretim yerlerinden kaynaklanan kendine özgü özelliklere sahiptir ve o yöreyle özdeşleşmişlerdir (Mercan ve Üzülmüş, 2014). Yeryüzünde birçok ürün üretiminin yapıldığı bölgenin adıyla bilinmekte, o yörenin adıyla tanıtılarak pazarlanması sağlanmaktadır. Yöresel ürünler; bir üretim süreci sonunda, ortaya çıkan ekonomik değerlerdir (Altuntaş ve Gülçubuk, 2014). Ülkelerin veya bölgelerin kendilerine ait ürünlerini yeteri kadar sahiplenememesi ve pazarlayamaması o üründen gerekli ekonomik faydayı sağlayamaması anlamına gelmektedir. Türkiye’de fazla sayıda yöresel ürün olmasına rağmen, tam olarak bu değerlerin iyi korunabildiği ve konumlandırılmalarının yapılabildiği söylenememektedir (Özsoy, 2015). Yerel kültürün önemli bir niteliği, yöresel ürünlerin üretildikleri yöre ile kuvvetli bir ilişki içinde bulunmasıdır. Bu ürünlerin özgünlüğünü korumak ve haksız rekabete maruz bırakmamak için birçok ülkede yasal uygulamalar yapılmaktadır (Toprak ve Oğuz, 2017).

Yüncü (2010)'nün yapmış olduğu çalışmada ise; destinasyon bölgesinin yöresel ürünlerini gastronomi turizmi kapsamında; eğitim turları, alanında uzman şeflerin konferansları, üretim alanlarını görme fırsatı gibi çeşitli yönlerden ele alarak gerçekleştirdiği görülmektedir. Kivela ve Crotts’un (2005) yaptıkları çalışma neticesine göre, destinasyon bölgesini tercih eden turistlerin %20,8’inin ilk olarak seyahat amacının “yeme-içme” olduğu dile getirilmiştir. Farklı amaçlarla turizm faaliyetlerine katılan turistler için bile gidilen bölgenin yeme-içme kültürü önemli bir etkidir. Hatta turistler destinasyonun yöresel ürünlerinden etkilenerek bu ürünlerden satın alarak ülkelerine bile götürebilmektedir. Örneğin İtalya’ya seyahat eden turistler mutlaka makarna satın alıp kendi ülkelerine götürmektedir.

Yöresel ürünlerin, bir bölgeye ait olduğunu ispatlamak ve haksız rekabete maruz kalmamaları için ulusal ve uluslararası coğrafi işaretlerle bu tarz

ürünler koruma altına alınmaktadır. Bu şekilde hem üretici hem de tüketici korunmuş olmaktadır (Şahin ve Meral, 2012).

Türkiye’de 2500 civarında yöresel ürün bulunmaktadır (İnce, 2017, s. 81) Bunların % 80’i gıda ürünleridir. Bu amaçla Türkiye’de Avrupa ülkeleri gibi birçok yöresel ürün için coğrafi işaret tescili almaya çalışılmaktadır. Çünkü benzer kültürel ve siyasi geçmişe sahip ülkeler bazı ürünleri kendilerine ait göstererek sahiplenebilmektedir. Bu durum ülkeler veya bölgeler açısından kendine ait bir üründen gerekli ekonomik faydayı sağlayamaması anlamına gelmektedir.

Isparta ve Yöresel Tarım Ürünleri

Türkiye’nin otantik kültürünü, doğal ve tarihi güzelliklerini içinde barındıran Batı Akdeniz bölgesinde yer alan Isparta; doğal, tarihi, kültürel birçok zenginliği içinde barındırmaktadır. TÜİK (2016) verilerine göre, Isparta yaşanılacak şehirler arasındadır. Isparta Akdeniz iklimi ile karasal iklim arasında geçiş noktası konumundadır. Bu nedenle de tarım alanları bakımından zengindir. Bu durum yöresel ürün çeşitliliği sağlamaktadır. Isparta bölgesinde üretilen yöresel tarım ürünü olarak gül, elma, lavanta, kabak ve kiraz sayılabilir. Yurt içinde ve yurt dışında Türkiye’nin gül bahçesi olarak tanınan Isparta’da gül yağı üretimi dışında parfüm, lokum, reçel, şurup, şerbet, kolonya, gül suyu gibi çeşitli ürünlerle gül üretimi çeşitlendirilmektedir. Isparta’nın bir diğer yöresel ürünü olan elmanın da taze ve kurutulmuş olarak ihracatı yapılmaktadır. Ayrıca son dönemlerde lavanta ve lavantadan üretilmiş ürünler de yöreye turist gelmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

Yöresel Ürün Kullanımında Mutfak Şeflerinin Rollerini

Bir bölgenin yöresel mutfağının sürekliliğinde ve tanıtımında o bölgedeki yiyecek ve içecek işletmelerine ve orada çalışan mutfak şeflerine önemli görevler düşmektedir. İşletmeler hem geçmişten günümüze geleneksel olarak hazırlanan yöreye özgü yiyecek ve içecekleri menülerinde yer verirken hem de yöreye özgü ürünlerle farklı, özel yiyecekler ve içecekler hazırlayarak menülerini zenginleştirebilmektedir. Özellikle yöreyi ziyaret eden ve bu yemeklerden yiyen kişilere içerikleri ve pişirme yöntemleri hakkında bilgi verecek personellerin olması da önemlidir. Ayrıca yöreye özgü ürünlerin yurt içi ve yurt dışında duyurulabilmesi ve tanıtımının yapılması bölgeye olan turizm talebinin artmasında da önemli bir etken olacaktır. Burada da yöredeki mutfak şeflerine önemli görevler düşmekte, farklı organizasyonlara (festivaller, yemek yarışmaları vb.) katılarak yöresel ürünlerle hazırlanmış yiyecek ve içeceklerin tanınırlılığını ve bilinirliğine

katkı sağlayabilmektedir. Türkiye'nin tüm illerinde aşçılar ve pastacıların kurduğu dernekler ve bu derneklerin bağlı olduğu yedi bölgede kurulmuş yedi federasyon ve bunların bağlı olduğu bir konfederasyon altında tüm aşçılar ve pastacılar birleşmişlerdir. Bu birlikteliğin en önemli amaçlarından biri, ülke mutfağına ve yöresel mutfaklara ait değerleri günümüz yaşam standartlarına uygun bir hale getirip koruma altına almak, bu konuda farkındalık oluşturup tüketiminin artmasına katkı sağlamak olarak belirlenmiştir (TAŞPAKON). Bu konfederasyon sayesinde mutfak personelinin bilinç düzeyleri arttırılabilmekte ve geleneksel mutfağımız gelecek nesillere aktarılırken, yöresel ürünlerle hazırlanan yeni ve farklı yiyecek ve içeceklerle mutfağımızın zenginliği arttırılabilmektedir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmış olup, Isparta ilinde bulunan yiyecek ve içecek işletmelerinde çalışan 11 mutfak şefi ile mülakat yapılmıştır. Isparta ilinde yöresel ürün kullanarak yiyecek ve içecek hizmeti vermekte olan 4 adet işletme bulunduğu için örneklem olarak 4 işletme değerlendirilmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılan mülakat formu araştırmacılar tarafından konu ile ilgili literatür taraması sonucunda elde edilen bilgilere ve kaynak kişi olma özelliğine sahip olan bireylerle yapılan ön görüşmeler neticesinde hazırlanmıştır. Görüşmeyi kabul eden katılımcılara yarı yapılandırılmış görüşme yönetimi ile sorular yöneltilmiştir. Yarı-yapılandırılmış görüşme (mülakat), yapılandırılmış görüşmelerle yapılandırılmamış görüşmeler arasında kalan ve en çok kullanılan görüşme tekniğidir (Demir ve Demir, 2014). Görüşme formunda yer alan sorular katılımcılara yöneltildiğinde yeterli cevap alınamadığı durumlarda ek sorulara başvurulmuştur. Katılımcılar ile yüz yüze yapılan tüm görüşmeler ses kayıt cihazı veya yazılı olarak not tutularak kayıt altına alınmıştır. Bazı katılımcıların ses kayıt yöntemine karşı çıkmasından dolayı yazarak kayıt tutulmak zorunda kalmıştır. Katılımcılara önceden hazırlanan 17 ana soru dışında görüşmenin seyrine göre soruların ilave sorularla birlikte görüşmeler 30 ile 60 dakika arasında sürmüştür. Mülakatta kayıt altına alınan veriler katılımcının belirttiği şekliyle metin haline getirilmiştir. Katılımcılar metin içinde (K-1), (K-2) vb. şekilde kodlanarak belirtilmiştir.

BULGULAR

Araştırmaya farklı pozisyon ve deneyim sürelerinde 11 mutfak şefi katılmıştır. Tablo 1'de katılımcılara ilişkin demografik özelliklere yer verilmiştir.

Mehmet Anıl
Küçükyaman, Şirvan
Şen Demir, Gülay
Bulgan, 2 (Ek.1)
2018

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcılar	Cinsiyet	Sektör Tecrübesi	Pozisyon
K-1	Erkek	17 yıl	Satış sorumlusu Şef
K-2	Erkek	26 yıl	Aşçıbaşı
K-3	Erkek	20 yıl	Aşçıbaşı Yardımcısı
K-4	Erkek	14 yıl	Aşçı Yardımcısı
K-5	Erkek	15 yıl	Aşçıbaşı Yardımcısı
K-6	Erkek	15 yıl	Aşçıbaşı Yardımcısı
K-7	Erkek	15 yıl	Sıcak Kısım Şefi
K-8	Erkek	39 yıl	Aşçıbaşı
K-9	Erkek	19 yıl	Soğuk Kısım Şefi
K-10	Erkek	25 yıl	Sıcak Kısım Şefi
K-11	Erkek	17 yıl	Aşçıbaşı Yardımcısı

Tablo 1 incelendiği yöresel ürün kullanarak hizmet veren şeflerin erkeklerden oluştuğu bayan aşçıların yer almadığı görülmektedir. Küçük bir şehir olan Isparta'da yiyecek içecek işletmelerinin mutfaklarında genel olarak bayan çalışan bulunmamasından dolayı görüşme erkek katılımcılarla yapılmıştır.

Araştırmanın evrenini Isparta'da yer alan yöresel ürün kullanarak hizmet veren işletmeler oluşturmaktadır. Katılımcılar alanında uzun yıllar deneyime sahip olan ancak büyük işletmelerden ziyade küçük ölçekli yerel işletmelerde çalışan kişilerdir. Katılımcıların özellikle uzun yıllar Isparta'da bulunan yerel işletmelerde çalışmış olmasına dikkat edilmiştir. Örneklemimizi ise Isparta ilinde yer alan 4 işletme oluşturmaktadır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi kapsamında on yedi adet sorudan oluşan mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların, mülakat sorularına ilişkin cevapları objektif bir şekilde aşağıda yer almaktadır.

Mutfağınızda yiyecek ve içeceklerin hazırlanmasında kullanabileceğiniz Isparta yöresine ait tarım ürünleri hangileridir?

Araştırmada yer alan katılımcıların, Isparta ilinde bulunan yöresel tarım ürünleri hakkındaki düşünceleri farklılık göstermektedir. Aşağıdaki Tablo 2’de katılımcıların yöresel tarım ürünleri hakkındaki düşünceleri yer almaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların Isparta Yöresel Tarım Ürünleri Hakkındaki Düşünceleri

K-1	Bal kabağı
K-2	Senirkent Üzümü
K-3	Senirkent Üzümü
K-4	Elma, kiraz, gül
K-5	Gül, kiraz, bal kabağı ve mantarı
K-6	Gül, mantar ve elma
K-7	Elma, gül, kayısı, kiraz ve mantar
K-8	Senirkent Üzümü, bal kabağı
K-9	Gül, kayısı, elma, kabak
K-10	Elma, gül, kayısı, kiraz ve mantar
K-11	Kiraz, elma, gül

Mehmet Anıl
Küçükayman, Şirvan
Şen Demir, Gülay
Bulgan, 2 (Ek.1)
2018

Mutfak şeflerinin bu soruya verdikleri cevaplar arasında en fazla elma (6 kişi) ve gül (6 kişi) yer almaktadır. Elma ve gül ürününü sırasıyla; kiraz (5 kişi), mantar (4 kişi), bal kabağı (3 kişi), üzüm (3 kişi) ve kayısı (3 kişi) izlemektedir. Mutfak şeflerine yönelttiğimiz soruya ilişkin cevapların çeşitlilik göstermesi, Isparta yöresindeki tarım ürünlerindeki çeşitliliği de göstermektedir.

Araştırmaya katılanlardan birinin “Isparta’nın merkezinde ve ilçelerinde de yeni buraya has bir mantar çeşidi yayılmaya başlamaktadır” (K-7) diyerek, gül ve elma dışında da yöreye özgü önemli bir tarım ürününden bahsetmiştir. Bir başka katılımcıda özellikle kabak konusunda önemli bilgiler vermiştir. “Isparta yöre olarak “kabakçı” olarak bilinmekte olup, bal kabağı ile hazırlanan kendimize has yöresel ürün olan kabağı özgün sunum ile ilgiyi çok üst seviyede tutmaktayız. Isparta ve çevresi ile sınırlı kalmayarak, ihracat yaparak Singapur’a “Kabak tatlısı” göndermekteyiz”

(K-1) demıştır. Bu durum yöresel ürünler kullanılarak hazırlanan yiyecekler sayesinde Isparta Yöresinin yurt dışında da tanınırlığının arttırılmasının sağlanacağını göstermektedir.

Güller diyarı olarak bilinen Isparta, katılımcılar tarafından fazla oranda dile getirilmiştir. Isparta merkez ve ilçelerinde tarım faaliyetinin yoğun olarak yapıldığı katılımcılar tarafından vurgulanmıştır. Yörenin elma üretimi ve ihracatında önemli noktada olduğu belirtilmiştir.

Bu ürünleri en çok hangi yiyecek ve içeceğin (çorba, ana yemekler, pilavlar, makarnalar, hamur işleri, tatlılar) hazırlanmasında kullanıyorsunuz?

Araştırmada yer alan mutfak şefleri, Isparta'da yetişen yöresel tarım ürünlerini çeşitli yiyecek ve içeceklerin hazırlanmasında kullanmaktadır. Katılımcılar genellikle belirttikleri ürünler ile tatlı, şerbet, reçel hazırladıklarını dile getirmektedir. Belirli ürünlerin ana yemek ile beraber servis edildiği vurgulanmaktadır. İşletmelerinde yer alan ana yemek sonrası veya ana yemeğin yanında yöresel içeceklerde bulunmaktadır. Yaygın kullanımı olan, elma ve gülün tatlı ve şerbet yapımında kullanıldığı belirtilmiştir. 6 katılımcı elma kullanarak elma tatlısı hazırladığını dile getirmiştir. 7 katılımcı gülü, şerbet yapımında kullandıklarını belirtmiştir. Isparta'nın Uluborlu ilçesine özgü kirazları reçel ve şerbet yapımında kullandıklarını belirten 5 katılımcı olmuştur. 4 katılımcı mantar üretimine vurgu yaparak, bölgede yeni yaygınlaşan bu ürünü ana yemeklerin yanında garnitür olarak sunduklarını belirtmiştir. 3 katılımcı işletmelerinde yöreye özgü fırın kebabını (ana yemek) üzüm kullanarak hazırladıkları hoşaf ile ikram ettiklerini belirtmiştir. Bu yöreye özgü hoşafın Isparta'nın Senirkent ilçesinden üreticiden tedarik edilen üzümlerin kurutulması ile yapılan bir içecek olduğu vurgulanmıştır.(K-2, K-3 ve K-8)

Katılımcılar, bal kabağını (3 katılımcı) genelde tatlı yapımında kullandıklarını dile getirmiştir. Bal kabağı çorbasının çok şifalı olduğunu fakat yörenin damak tadına hitap etmediği için henüz pek tercih edilmediği (K-1, K-5 ve K-8) şeklinde dile getirmiştir. Kayısının (2 katılımcı) reçel ve tatlı yapımında çok meşhur olmasa da alternatif olarak hizmetini gerçekleştirdiklerini belirtmiştir. Yaz günlerinde aynı şekilde alternatif olarak (1 katılımcı) şerbet yapımında da kullanıldığı belirtilmiştir. Katılımcılar işletmeleri hakkında yöresel yiyecek içecek kültürü ile özgünlüklerini çeşitli yönleri ile dile getirmişlerdir. Bunlardan en ilginç olanlar K-8 ve K-3 kodlu katılımcıların belirttiği durumlardır.

“Türkiye’de en eski tarihi lokanta özelliği taşımaktayız. 1833 yılından bu zamana dek aynı şekilde yöresel ürünleri ile hazırlanan yemekleri yurt içi ve yurt dışı misafirlerine sunumunu gerçekleştirmekteyiz. Özellikle bizim işletmemize has olan “Üzüm hoşafı, Kabune, Isparta Tandır kebabı ve Çakal helvasını” tadımını gerçekleştirmek için gelen müşterilerimiz bulunmaktadır”(K-8). “Paket yaptırarak işletmemizde ürettiğimiz yöresel yemeklerden ve içeceklerden götürülenler bulunmaktadır (K-3).

Görüşmede yöreye özgü ürünlerin genelde tatlı ve içecek yapımında kullanıldığı belirtilerek, yöreye özgü olan kuzu tandır, üzüm hoşafı, çakal helvası, kabak tatlısı gibi yemeklerin fabrikasyon olmayan sistemler ile uzun yıllardır Isparta yöresine özgü pişirme ve sunum teknikleri ile misafirlerine servis edildiğine dikkat çekmişlerdir.

Diğer yiyecek ve içecek işletmeleri ile kendi mutfağınızda yöresel ürünleri kullanma oranınızı kıyaslar mısınız?

Tüm katılımcılar, kendi mutfaklarında fabrikasyon malzeme kullanmadıklarını dile getirmiştir. Isparta’nın merkezinde ve ilçelerinde yetişen ürünler ile yiyecek ve içecek hazırlamaya özen gösterdiklerini belirtmişlerdir. Bölgede yer alan diğer işletmelerin fast food ağırlıklı olduklarını veya ulusal ya da uluslararası zincir restoranların bir üyesi olmalarından dolayı yöresel ürün kullanımının oldukça az olduğunu vurgulamışlardır.

K-5, K-8 “Yeni nesil bireylerin fast food tarzı işletmelere yönelim göstermeleri çağımızın sorunsalı olacaktır”. K-4 “Geçmişimizi gelecek nesillere yeterince anlatmamış olmamızdan dolayı, kendi toplumunun yeme- içme kültürünü yeterince bilmeyen gençler fast food tarzı farklı işletmelerde sağlıksız beslenmektedir”.

Toplumumuzun önemli bir kısmının dengesiz beslenmesi konusunda bilimsel araştırmaların dikkat çektiği gibi toplumda da sıkça rastlayabileceğimiz bir durum olmaktadır. Dengesiz beslenmenin olumsuz etkilediği grupların başında ise gelişim çağında olan bireyler ve hamileler gelmektedir (Çetin ve Sarper, 2013). Beslenme, büyüme ve gelişmeyi sağlamak, sağlıklı ve verimli uzun süre yaşamak için, vücudun zorunlu ihtiyacı olan besin öğelerinin tüketiminin yapılması gerekmektedir (Cömert, 2014). Katılımcılar, hizmet verdikleri ürünlerin tedarik işlemlerini genellikle üreticilerle iletişime geçerek üreticiden sağlanmaktadır.

Mehmet Anıl
Küçükyaman, Şirvan
Şen Demir, Gülay
Bulgan, 2 (Ek.1)
2018

Bu yönüyle de örneklemimizi oluşturan katılımcıları diğer işletmelerden ayıran bir özellik yöresel ürünlere bağlı kalmaları ve standartlarının belli olmasıdır. Katılımcıların yöresel sunumlarında kullandıkları araç gereçlerin tarihi, asırlardır geçmişten kalan malzemeler olması yine diğer işletmelerden ayrılan bir özelliktir. On bir katılımcının görüşüne göre birçok yiyecek içecek işletmesi olmasına rağmen yöresel ürün kullanarak hazırlanan ürünlerin sayısının çok az olduğu belirtilmektedir. Bunun sebebini; *“Birçok ürünümüz var ama geçmişten gelen yöresel ürünlerimiz ile basit ve sabit yemekler yaparak tüketmeye alıştığımız için değişim ve yeniliği maalesef işletmelerimiz ve ustalarımız tercih etmemektedir. Gelen misafirlerimiz bizim yöresel ürünlerimiz için ve yıllardır değişmeyen lezzetlerimiz için bizi tercih ediyor”.* (K-4)

Günümüzde yiyecek ve içecek sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin de tüketicinin istek ve ihtiyaçlarını etkin bir şekilde karşılayabilmelerinin, fırsatları değerlendirebilmelerinin ve rekabet gücünü artırabilmelerinin temel yolunun mantıklı yenilik yapılmasına dayandığı söylenebilir (Çakıcı, vd., 2016). Rakip piyasada Isparta’da örneklemimizi oluşturan işletmelerinde geçmişe bağlı kalınsa da, günümüz teknoloji çağında işletmeler için yenilikler kaçınılmaz bir düşünce olmalıdır.

Yöresel ürünlerin kullanımını daha da arttırmak için neler yapılabilir?

Araştırmaya yardımcı olan katılımcıların yöresel ürün kullanımını arttırmak için genel düşünceleri aynı yönde olduğu görülmektedir. Katılımcılar genel olarak bu soruya aşağıdaki şekilde cevap vermişlerdir.

“Gençlerimizin yöresel ürünlerimizin, yöresel değerlerimizin ne olduğu konusunda bilgi sahibi olmadığı düşüncesindeyiz. Bizlere bu konuda büyük görevler düştüğünü görmekteyiz. Alanında nitelikli usta yetişmesi, yöresel ürün kullanarak yöresel yemekler hazırlayarak, gelecek nesillere aktararak sürdürülebilirliğini sağlama hedefinde bulunmamız gerekmektedir”. (Tüm katılımcılar)

Genç neslin yöresel ürün hakkında net bilgisi olmadığı için fast food tarzı işletmelere yönelim yörede üst seviyededir. Isparta ilinin eğitim şehri, üniversite şehri olmasından dolayı öğrenci nüfusu oldukça yüksektir. Bu nedenle yöresel yemekler sunan işletmelerin sayıca artması ve genç nesile hitap edecek yöresel ürünlerle hazırlanan ve fiyat bakımından da uygun olan işletmelere ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca yöresel ürünlerin daha etkin tanıtımı yapılarak yeni nesle ulaşmak gerekmektedir.

K-1 kodlu katılımcı “Yöresel ürün kullanımını arttırmak ve farkındalık açısından; yetkili kişilerle, kurum ve kuruluşlarla bir araya gelerek gerekli tanıtım ve reklam faaliyetlerinin desteklenmesi ile yöresel ürün kullanımı arttırılacaktır”. K-9 kodlu katılımcı ise, “Bizim yöremize birçok ilden yöresel ürünlerini tanıtmak için katılımcılar gelmektedir. Peki biz başka illere giderek yöresel ürün tanıtımını yapıyor muyuz? Görüyorum Kars, Trabzon, Gaziantep daha birçok ilden gelen katılımcılar haftalarca kendi yöresinin ürünlerini tanıtmaktadır. Bu durum o bölgelerin kültürel kimliğine katkısını arttırdığını düşünmekteyim.”

Sizce yöresel ürünlerin Isparta'nın kültürel kimliğine katkısı nedir?

Yöresel ürünlerin her bölgeye olumlu veya olumsuz etkileri görülebilmektedir. Destinasyon bölgelerine çeşitli sebeplerle kültürel etki sağlamaktadır. Ülkelerin ekonomilerine önemli katkıları olan hizmet sektörü, kültürel ve geleneksel değerlerin tanıtımına doğru yönelmeye başlamış ve bu noktada yöresel ürün koruma sistemi oluşmaya başlamıştır (Mercan ve Üzülmaz, 2014). Bazı ürünlerin pazarlaması ve tescili geçte olsa yapılmaya başlanmıştır. Coğrafi işaretler iyi bir koruma sistemine sahip olup uygun amaçlarla kullanılırlarsa, yararlı bir pazarlama aracı olabilmektedir (Yalçın, 2013). Birçok yöresel ürünle tanınan Isparta'nın da bu konuda adımlar atması gerekmektedir. Bu konuda katılımcılardan farklı görüşler gelmiştir.

“Üretici iyi konumda, bizim işletmemizde tüketim yoğun olduğu için üreticide üretimi fazla tutmaktadır. İşletmemize ve ilimize ne kadar çok misafir gelirse hem kültürel, yöresel ürünlerimizin tanınırlığı hem de ekonomimiz de gelişmeler sağlanabilir.” (K-8)

“Yöresel ürünlerin Isparta'ya kültürel katkısının olduğu gibi turizm içinde katkıda bulunduğunu dile getirmiştir. Bazı durumlarda yöresel ürün çeşitliliği ve iller arası farklılıklardan dolayı %20 oranında damak tatlarına uygun olmadığı için yöresel ürünler hakkında olumsuz yorumlar duyduklarını söylemektedir.” (K-2) ve (K-3)

“Tatlı konusunda gelen misafirlerin direk kabak tatlısına yöneldiğini söylemektedir. Isparta'nın “Kabakçı” olarak tanınmaktadır. Yöreye özgü bal kabağının hiçbir yörede yetişmemektedir.” (K-1)

Mehmet Anıl
Küçükayman, Şirvan
Şen Demir, Gülay
Bulgan, 2 (Ek.1)
2018

“Isparta’nın kültürü ile bütünlük içine girmiş düğün yemeklerinde kullanılan yöresel ürünler ile hazırlanan yiyecek ve içeceklerin dışarıdan gelen ziyaretçilerce olumlu yorumları üst seviyededir.” (K-4,K-5,K-6,K-7)

Yöresel ürün tedarikini nereden yapıyorsunuz?

Bazı işletmelerin kurumsal olduğu için tedarik işlemini firmalardan sağladıklarını dile getirmektedir. Bazı işletmeler ise birebir üreticiden veya kendi yetiştirdikleri yöresel ürünler ile misafirlerine hizmet verdiklerini dile getirmektedir. Üzüm hoşafı örneğini veren katılımcımız;

“Isparta’nın Senirkent ilçesinde yetişen üzümün kurutulması sonucunda tamamen katkı maddesi olmadan doğada yetişen yöresel ürünler kullanarak Isparta Kuzu Tandır Kebabı’nın yanında üzüm hoşafı olarak servis edilmektedir”. (K-2)

Tatlı konusunda da Isparta’da yetişen bal kabaklarından hazırlanan tatlılar servis edilmektedir. Gül ürünleri tamamen Isparta’ya özgü olmasından dolayı çok ilgi görmektedir. Üreticiler gül ürünlerinde ihracatın üst seviyede olduğunu dile getirmektedir. “Yerel Halkın Isparta Turizmine Yönelik Görüşleri Üzerine” yapılmış olan bir çalışmada; Isparta denince yöre halkının çok büyük bir çoğunluğunun (%65.4) aklına ilk gelen kavramın “gül” olduğu belirlenmiştir (Doğan ve Üngören, 2012, s. 111).

• 98

Çevre illere göre Isparta mutfağının yöresel ürün çeşitliliğini nasıl değerlendirirsiniz?

Katılımcılar çevrelerinde yer alan illere göre değerlendirmesini şu şekilde yapmaktadır: *“Antalya’ya göre yöresel ürün çeşitliliğimiz az olduğunu düşünüyorum. Dört mevsimin yaşandığı iklim çeşitliliğinin bol olduğu Antalya’da her mevsim her türlü sebze, meyve ve birçok çeşit ürün yetiştirilebilmektedir. Burdur’a göre yöresel ürün çeşitliliğimiz fazla olabilir. Kesin konuşmamak kaydıyla bizim de önemli değerlerimiz, yöresel ürünlerimiz var ama çok çeşitli olduğumuzu söylemek doğru olmayacaktır” (K-8).* Diğer katılımcılar ise her yörenin kendine has yöresel ürün çeşitliliği vardır görüşünü dile getirmektedir. *“Bu tarz yöresel ürün çeşitliliğimizin az ya da çok olmasından ziyade bulunan değerlerimizle özgünlüğümüzü korumalıyız” (K-10)*

Sizce Isparta'nın yöresel ürünlerinin tanıtımı yeterince yapılıyor mu?

Katılımcıların geneli tanıtımın yeterince yapılmadığını dile getirmektedir. İşletme sahiplerine reklam ve tanıtım konusunda fikir sundukları zaman ihtiyaç görmedikleri cevabıyla karşılaşmakta olduklarını belirtmişlerdir. İşletmeler açısından ağızdan ağıza pazarlamanın önemi dikkat çekmektedir. K-8 kodlu katılımcı *"Bizim için reklam veya tanıtımdan ziyade yöresel ürünlerimizi tadarak çevresindekilere aktarımından sonra aldığımız olumlu geri dönütler önem arz etmektedir"*.

Katılımcılara "sosyal medyada tanıtım, reklam olanaklarınız nelerdir?" sorusu yöneltildiği zaman ara sıra paylaşımlar yaptıklarını dile getirilmektedir. Verilen öneriler incelendiği zaman Isparta'nın yöresel ürünlerini tanıtacak her türlü organizasyon, fuar, festivaller, yarışmalar, seminerlerin desteklenmesinin gerekliliğine vurgu yapılmıştır.

"Gerekli kurum ve kuruluşlar bir araya gelerek, gerekli istişarelerde bulunarak gelecek nesillere aktarımı konusunda verimli projeler geliştirilebilir" (Tüm katılımcılar) *"Alanında uzmanlaşmış ustalar, yiyecek içecek sektörüne gönül vermiş kurum ve kuruluşlar dernek çatısı altında birleşerek gerekli faaliyetlerde bulunulabilir"* (Tüm katılımcılar)

Yöresel ürün kullanarak hazırlanan yemeklerin fiyatlandırma politikasında nasıl bir yol izlemektesiniz?

Yiyecek ve içecek sektöründe fiyatlandırma yapılırken önemli bir etken maliyet esasıdır. Katılımcıların hepsi fiyatlandırmalarını maliyete göre ayarladıklarını belirtmektedir. Yöresel ürünlerinin fiyatlandırması menüde yer alan diğer yiyecek ve içeceğe göre maliyetli olmasından dolayı biraz fiyat pahalı olmaktadır. Katılımcılar fiyatın pahalı olmasına rağmen yöresel ürün kullanarak hazırlanan yöresel yemeklerin daha çok tercih edildiğini dile getirmektedir. Katılımcılar diğer işletmeler ile kendi fiyatlarını kıyasladığı zaman; *"Fast food veya köfte + ayran +salata 10 tl gibi etiketler ile hizmet veren işletmelere göre kendi fiyatlarımız pahalıdır."* (K-4 ve K-7)

Fakat yöresel ürün kullanarak, yöresel yemek sunan işletmeler tamamen fabrikasyon sistemine karşı oldukları için üreticiden tedarik ettikleri ürünler ile hizmet vermeleri, fiyatın pahalı ama sağlıklı hizmet verildiği düşünülmektedir. Yöresel yemeklerin hazırlanması için kullanılan ürünlerin ekonominin durumuna göre fiyatının artması veya azalması fiyatlandırma politikasında en önemli etken olarak yer almaktadır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Çalışmada, Isparta'da yöresel ürün kullanarak hazırlanan yöresel yemeklerden ekonomik kazanç elde etmekte olan sayılı işletme yer almaktadır. Araştırmada yer alan işletmelerin ürün tedarik konusunda yerelde üretim yapan işletmeleri tercih etmeleri sonucunda yerel üreticiyi destekledikleri, kırsal ekonominin kalkınmasına ve büyümesine katkı sağladıkları söylenebilir.

Araştırma kapsamında görüşülen işletmelerde yer alan şeflerin, Isparta bölgesinde yöresel ürünlerle ilgili eksiklik olarak gördüğü en temel konulardan birisi de, yöresel ürünlerin tanıtım ve reklam faaliyetlerinin tam anlamıyla yapılmadığıdır. Oysaki bölgeye yurt içi ve yurt dışından gelen ziyaretçilerin bu yöresel ürünlerle hazırlanmış yiyecek ve içecekleri çok beğendikleri belirtilmiş, daha fazla tanıtımla daha fazla turist bölgeye gelebileceği düşünülmektedir. Isparta'nın yöresel ürünleri bölgenin turizm gelişiminde önemli bir potansiyele sahip olabileceği konusu da katılımcılar tarafından önemle vurgulanmıştır. Bu amaçla alanında uzman şefler bir araya gelerek; yöresel ürünler kullanarak hazırladıkları yiyecek içeceklerle yurt içi ve yurt dışında düzenlenen çeşitli panayırlara, festivallere ve yarışmalara katılarak yöresel ürünlerin tanıtımında bulunabilirler. Şengül ve Genç (2016) yaptığı çalışmada yöresel ürün tanıtımının önemini çeşitli festivaller veya tanıtım etkinlikleri ile desteklenmesi gerektiği sonucuna ulaşmıştır. Araştırma sonucunda ulaşılan sonuçlar açısından benzerlik görülmektedir.

Katılımcıların bir diğer dikkat çektiği konu ise genç neslin geçmişten günümüze kadar gelen yöresel ürünleri yeterince bilmemesinden dolayı ulusal veya uluslararası zincir işletmelere yönelmesidir. Aynı zamanda yöresel ürün kullanarak hazırlanan yiyecek ve içeceğin fiyatının pahalı olmasından dolayı tüketici fast food işletmelerine yönelim sağladığı belirtilmiştir. Katılımcılarında belirttiği gibi yörede yer alan dernekler veya topluluklar kurularak, gerekli istişareler ile özgünlüğü koruyarak, bu ürünlerin gelecek nesillere aktarım yapılması önemlidir. Ayrıca şeflerin yöresel ürün kullanarak hazırladıkları yiyecek ve içeceklerde yeniliğe ayak uydurarak çeşitlendirmeleri önem arz etmektedir.

Mil ve Denk (2015) yapmış olduğu çalışmada yöresel ürünler kullanılarak hazırlanan yemeklerin menülerde yer alması ile toplulukların dikkatini çekeceğine değinmiştir. Isparta ilinde yer alan işletmelerde yöresel ürün

kullanılarak hazırlanan yemeklerin fiyatlarının pahalılığından dolayı tercih eden kısmın sınırlı olduğu araştırma sonuçlarında belirtilmiştir.

KAYNAKÇA

- Albayrak, A. (2013). Farklı milletlerden turistlerin Türk Mutfağına ilişkin görüşlerinin saptanması üzerine bir çalışma, *Journal of Yasar University*, 30 (8), 5049-5063.
- Altuntaş, A. ve Gülçubuk, B. (2014). Yerel kalkınmada yaygınlaşan bir araç olarak geleneksel gıdalar ve geleneksel gıda mevzuatının yaygınlaştırılabilirliği, *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 31 (3), 73-81.
- Başat, H. T., Sandıkçı, M. ve Çelik, S. (2017). Gastronomik kimlik oluşturmada yöresel ürünlerin rolü: ürünlerin satış ve pazarlanmasına yönelik bir örnek olay incelemesi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 64-76.
- Cerrahoğlu, M. (2015). Küreselleşme sürecinde yöresel ürünlerin tanıtımının önemi ve bu bağlamda âşıkların tanıtımdaki yeri, *Folklor/Edebiyat*, (84), 211-222.
- Corigliano, M. A. (2002) "The route to quality: Italian Gastronomy networks in operation." der. Hjalager A. M., Richards G., *Tourism and Gastronomy*, Londra New York, 166-185.
- Cömert, M. (2014). Gençlerin Fast food tüketim alışkanlıkları, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Sayı: 6, 423-427.
- Çakıcı, A. C., Çalhan, H., Karamustafa, K. (2016). Yiyecek ve içecek işletmelerinde inovasyon ve sürdürülebilir rekabet üstünlüğü ilişkisi, *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6, 11-39.
- Çakıcı, A. C., ve Eser, S., (2016). Yabancı mutfak şefleri gözüyle Türk Mutfağı'na ilişkin bir değerlendirme, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4/ 215-227.
- Çetin, G ve Sarper, F (2013). Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Tıp Fakültesi birinci ve son sınıfa devam eden öğrencilerin beslenme bilgi ve alışkanlıkları üzerine bir araştırma, *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum Eğitim Bilimleri ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (2), 84-104.
- Demir, M. ve Demir, Ş.Ş. (2014). Turizm işletmelerinde yöneticilerin mesleki staj ve stajyerleri değerlendirmesi. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6, 18-33.

Mehmet Anıl
Küçükayman, Şirvan
Şen Demir, Gülay
Bulgan, 2 (Ek.1)
2018

- Demirer, H.R. (2010). Yöresel ürün ve coğrafi işaretler; Fransa ve Türkiye üzerine bir inceleme, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Antalya.
- Doğan, H., Üngüren, E. (2012). Yerel halkın Isparta turizmine yönelik görüşleri üzerine bir araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17 (1), 103-122.
- Giritlioğlu, İ. (2008). Türk Mutfağı'nda zeytinyağı ve zeytinyağının kullanımı, I. Ulusal Zeytin Öğrenci Kongresi, 100-103.
- Harrington, R. J. (2005). Defining gastronomic identity culture on prevailing components, texture and flavors in wine and food, Journal of Culinary Science and Technology 4 (2/3), 129-152.
- İnce, R. (2017). Chef kişisel gelişim ve kariyer üzerine, A7 Kitap, İstanbul
- Karaca, O., B., (2016). Geleneksel peynirlerimizin gastronomi turizmindeki önemi, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 4 (2), 17-39
- Kivela, J. ve Crotts, J.C. (2005). Gastronomy tourism: a meaningful travel market segment, Journal of Culinary Science and Technology, 4 (2/3), 39-55.
- Köksal, Y. (2014). Yöresel ürünlerin ulusal pazarlara açılmasında karşılaşılan pazarlama sorunları ve çözüm önerileri; Burdur ceviz ezmesi örneği, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 28 (3), 159-171.
- Meral, Y. ve Şahin, A. (2013). Tüketicilerin coğrafi işaretli ürün algısı: Gemlik zeytini örneği, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Doğa Bilimleri Dergisi, 16 (4), 16-24.
- Mercan, Ş. O. ve Üzülmöz, M. (2014). Coğrafi işaretlerin bölgesel turizm gelişimindeki önemi: Çanakkale ili örneği, Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 29 (2), 67-94.
- Mil, B ve Denk, E. (2015). Erzurum mutfağı yöresel ürünlerin otel restoran menülerinde kullanım düzeyi: Palandöken örneği, Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 5 (2), 1-7.
- Nebioğlu, O. (2016). Yerel gastronomik ürünlerin turizmde kullanılmasını etkileyen faktörler, Akdeniz Üniversitesi, Journal of Tourism and Gastronomy Studies 5/2, 39-60.
- Orhan, A. (2010). Yerel değerlerin turizm ürününe dönüştürülmesinde "coğrafi işaretlerin kullanımı: İzmit Pızmaniyesi örneği, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 21 (2), 243-254.

- Özsoy, T. (2015). Coğrafi işaretlemenin katma değer oluşturmada bir araç olarak kullanımı, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 24 (2), 31-46.
- Şahin, A. ve Meral, Y. (2012). Türkiye’de coğrafi işaretleme ve yöresel ürünler, Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi, 5 (2), 88-92.
- Şanlıer, N. (2005). Yerli ve yabancı turistlerin Türk Mutfağı hakkındaki görüşleri, Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 25 (1), 213-22.
- Şengül, S ve Genç, K. (2016). Festival turizmi kapsamında yöresel mutfak kültürünün destekleyici ürün olarak kullanılması: Mudurnu ipekyolu kültür sanat ve turizm festivali örneği, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 23, 79-89.
- Toprak, L. ve Oğuz, Z. (2017). Coğrafi işaretler ve Siirt ili örneği, 18. Ulusal Turizm Kongresi Kültür Turizmi, 956-965.
- Tüm Aşçılar ve Pastacılar Konfederasyonu (TAŞPAKON), (2018). <http://www.taspakon.org.tr/hakkimizda> (erişim tarihi:12.01.2018)
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), (2016). Yaşam endeksi raporları, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24561> Erişim tarihi: 07.01.2018.
- Yalçın, B. (2013). Yöresel ürünlerin pazarlanması üzerine değerlendirmeler, Akdeniz Sanat Dergisi, 6(11), 205-215.
- Yüncü, H. (2010). Sürdürülebilir turizm açısından gastronomi turizmi ve Perşembe Yaylası, 10. Aybastı Kabataş kurultayı: Yerel değerler ve yayla turizmi içinde, Ankara Detay Anatolia Akademik Yayıncılık, 28-34.

Mehmet Anıl
Küçükyaman, Şirvan
Şen Demir, Gülay
Bulgan, 2 (Ek.1)
2018