

**T.C.**  
**BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI**

**YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE YEREL MUTFAK**  
**ÖGELERİNİN KULLANIMI VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK**  
**AÇISINDAN İNCELENMESİ: İZMİR ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hazırlayan**  
**Sinem BİLGİN**

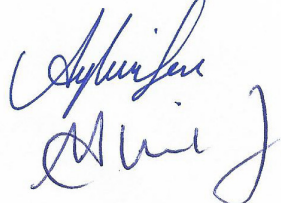
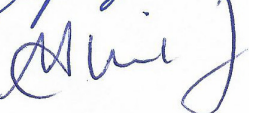

**Danışman**  
**Dr. Öğr. Üyesi Aylin AKOĞLU**

**BOLU 2018**

**Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,**

Sinem BİLGİN'e ait "Yiyecek İçecek İşletmelerinde Yerel Mutfak Öğelerinin Kullanımı ve Sürdürülebilirlik Açısından İncelenmesi: İzmir Örneği" adlı çalışma, jürimiz tarafından Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalında yüksek lisans tezi olarak oy birliğiyle kabul edilmiştir.

10/12/2018

	Unvan, Adı, Soyadı	İmza
Üye (Tez Danışmanı)	: Dr. Öğr. Üyesi Aylin AKOĞLU	
Üye	: Dr. Öğr. Üyesi Mustafa AKSOY	
Üye	: Dr. Öğr. Üyesi Serkan ŞENGÜL	

---

**Sosyal Bilimler Enstitüsü Onayı**



**Doç. Dr. Yaşar AYYILDIZ**  
**Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü**

## ETİK UYGUNLUK BEYANI

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Yiyecek İçecek İşletmelerinde Yerel Mutfak Öğelerinin Kullanımı ve Sürdürülebilirlik Açısından İncelenmesi: İzmir Örneği” başlıklı çalışmanın yazılmasında, bilimsel ve etik kurallara uyulduğunu, başvurulan kaynaklardan yapılan alıntılarının adlarının bilimsel kurallara uygun olarak metin içinde, dipnotlarda ve kaynaklarda gösterildiğini, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin tamamının ya da bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitede bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.



**Sinem BİLGİN**

**10.12.2018**

## ÖN SÖZ

Gastronomi alanında, özellikle gastronomi turizmi hareketleriyle birlikte yerel mutfak kültürlerine duyulan merakın artmasıyla insanlar ziyaret ettikleri yerlerde yöreye özgü bu yiyecekleri deneyimlemek istemektedir. Bölgesel kalkınma açısından oldukça önemli olan yerel yiyecekler; çevresel, sosyal ve ekonomik yönleriyle sürdürülebilir olup, gelecek nesillere kültür aktarımında da rol oynamaktadır.

Yüksek lisans tezi olarak hazırlanan bu çalışmada, İzmir ili yerel mutfağı ve yerel gıda ürünlerine yiyecek içecek işletmeleri tarafından ne düzeyde önem verildiği ölçülmek istenmiş olup, işletmelerde yerel gıda öğelerine yer verilmesi durumunda bunun sürdürülebilirlik adına oluşacak faydaları üzerine sektör çalışanlarının farkındalığıve gerçekleştirilen uygulamaların ortaya konulması amaç edinilmiştir.

Gerçekleştirdiğim bu çalışma sürecinde gösterdiği yol, katkıları, anlayışı ve bana duyduğu güven için danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Aylin AKOĞLU'na, yine aynı şekilde sonsuz güvenleriyle daima yanımda olup, her pes edişimde tekrar cesaretlendiren ailem, arkadaşlarım ve yüksek lisans eğitimim boyunca Bolu'daki yaşantımı kolaylaştırıp evimde hissettiren nişanlım ve ailesine desteklerinden ötürü teşekkürlerimi sunarım.

**Sinem BİLGİN**

**10.12.2018**

## ÖZET

### **YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE YEREL MUTFAK ÖGELERİNİN KULLANIMI VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK AÇISINDAN İNCELENMESİ: İZMİR ÖRNEĞİ**

**Sinem BİLGİN**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı**

**Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Aylin AKOĞLU**

**Aralık 2018, 83 + xiii Sayfa**

Yerel gıda ürünleri, yörelerinin kültürünü yansıtmada, bölge kalkınmasında, sürdürülebilirlik hedeflerinde önemli birer öge olmaktadır. Yerel gıda ürünlerinin gastronomi turizmi açısından faydalarının yanı sıra, turizm ve gıda alanlarında sürdürülebilirliğin sağlanması yönünden de pozitif etkileri bulunmaktadır. Yerel gıda ürünlerine hak ettiği değerin verilmediğinin fark edilmesiyle dünya üzerinde birçok bölgede yöreye ait yerel ürünleri ve bölge mutfağını yüceltme odaklı hareketler başlatılmıştır.

Bu çalışmada çalışma evreni olarak seçilen İzmir ilindeki yiyecek içecek işletmelerinde, yerel gıda ürünleri ve yerel mutfağa verilen önem ile gerçekleştirilen uygulamalar ve bu uygulamalarda sürdürülebilir gıda ve mutfak kültürü bilincinin ne derece ön planda tutulduğu ölçülmek istenmiştir. Nitel araştırma yönteminin benimsendiği çalışmada veri toplama amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme (mülakat) formu kullanılmış olup, örneklem olarak 25 adet yiyecek içecek işletmesinde yetkili görevlilerle (mutfak şefi, işletme sahibi şef, yardımcı şef, işletme yöneticisi ve işletme sahibi) Kasım 2017/Nisan 2018 tarihleri arasında görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmeler sonucunda elde edilen verilere göre mutfaktaki üretim sürecinde yerel gıda

ürünlerine %96 düzeyinde, menülerde yerel yiyeceklere %76 düzeyinde yer verildiği tespit edilmiştir. Yerel ürün kullanımında karşılaşılan engeller anlamında, yerel ürünleri kullandığını belirten işletmelerin ortalama %82'sinin tedarik, mevsimsellik, maliyet ve menü devamlılığı yönünden sorun yaşamadıkları belirlenmiştir. Bunun yanında yerel ürün kullanımını tercih etmede lezzet (%75) ve tazelik (%62,5) faktörlerinin öncelikli olduğu görülmüştür. Ancak bu uygulamaları sürdürülebilirliğe katkı sağlama amacıyla yapan işletmeler azınlıkta görülmektedir. Katılımcıların %64'ünün kişisel anlamda önemli bulduğu sürdürülebilirlik, işletme politikalarında amaçlar arasında görülmemektedir (%44).

**Anahtar kelimeler:** Yerel Gıda, Yerel Mutfak Kültürü, İzmir Mutfağı, Sürdürülebilir Gıda, Sürdürülebilir Turizm.

**ABSTRACT**  
**THE USE OF LOCAL CUISINE ITEMS AT FOOD AND BEVERAGE**  
**BUSINESSES AND EXAMINED IN TERMS OF SUSTAINABILITY:**  
**EXAMPLE OF IZMIR**

**Sinem BİLGİN**

**Master's Thesis**

**Department of Gastronomy and Culinary Arts**

**Advisor: Assist. Prof. Dr. Aylin AKOĞLU**

**December 2018, 83 + xiii Pages**

Local food products are an important factor that reflects the culture of the regions, regional development and sustainability aims. Upon the realization of the lack of attention driven towards the local food products a trend arose to promote the local products and the cuisine in many parts of the world. Along with the benefits of local food products to the gastronomy tourism, there are positive effects on the sustainability of the tourism and food.

In this study it is attempted to measure the importance given to the local food products and the local cuisine across the food and beverage businesses through their applications as well as the prioritization of the sustainability of the food and cuisine in these applications in İzmir, selected as the focus of the study. Through qualitative method, 25 responsible person (chef, sous chef, manager, the business owner and business owner chef) from food and beverage businesses were interviewed. According to the results 96% of the local products exist in the kitchen process and 76% of the local food are included in the menus. In terms of the obstacles encountered in the use of local products, it was determined that 82% of the enterprises using local products stated that they did not experience problems in terms of supply, seasonality, cost and menu permanence. Besides, it was seen that flavor (75%) and freshness (62,5%) factors had a priority in preferring local product use. However, practicing these applications are in

concern, a limited number of enterprises are observed to provide contribution to sustainability. 64% of the participants find the sustainability individualistically important but among 44% did not consider this in their goals within business policy.

**Keywords:** Local Food, Local Cuisine, İzmir Cuisine, Sustainable Food, Sustainable Tourism.





## İÇİNDEKİLER

ONAY SAYFASI.....	ii
ETİK UYGUNLUK BEYANI.....	iii
ÖN SÖZ .....	iv
ÖZET .....	v
ABSTRACT.....	vii
TABLO LİSTESİ.....	xii
ŞEKİL LİSTESİ.....	xiii
GİRİŞ .....	1
<b>I. BÖLÜM</b>	
<b>1. YIYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNE GENEL BAKIŞ .....</b>	<b>3</b>
1.1. Yiyecek İçecek İşletmeleri Tanımı .....	3
1.2. Yiyecek İçecek İşletmelerinin Sınıflandırılması.....	4
<b>II. BÖLÜM</b>	
<b>2. YEREL GIDA ÜRÜNÜ, YÖRESEL MUTFAK VE EGE MUTFAK</b>	
<b>    KÜLTÜRÜ .....</b>	<b>8</b>
2.1. Yerel Gıda Ürünü.....	8
2.2. Yerel Mutfak Kültürü .....	10
2.3. Ege Mutfağı ve İzmir'in Yerel Mutfak Öğeleri.....	13
<b>III. BÖLÜM</b>	
<b>3. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE YEREL MUTFAK ÖGELERİ İLE İLİŞKİSİ.....</b>	<b>20</b>
3.1. Sürdürülebilirlik Kavramı.....	20
3.2. Sürdürülebilir Gıda .....	22

3.2.1. Sürdürülebilir Gıda Anlayışında Yiyecek İçecek İşletmelerinin Sağlayabileceği Uygulamalar .....	25
3.2.1.1. Yerel Gıda Ürünlerinin Kullanımı .....	25
3.2.1.2. Organik Gıda Ürünleri Kullanımı .....	28
3.2.1.3. Mevsimsel Gıda Kullanımı .....	29
3.2.1.4. Sürdürülebilir Deniz Ürünleri Kullanımı .....	30
3.3. Sürdürülebilir Turizm .....	31
3.3.1. Sürdürülebilir Turizmde Yerel Mutfak Öğelerinin Önemi .....	34

#### **IV. BÖLÜM**

#### **4. YIYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE YEREL MUTFAK ÖGELERİNİN**

#### **KULLANIMI VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK AÇISINDAN İNCELENMESİ:**

<b>İZMİR ÖRNEĞİ.....</b>	<b>37</b>
4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi .....	37
4.2. Araştırmanın Yöntemi .....	38
4.3. Araştırmanın Sınırlılıkları .....	40
4.4. Bulgular ve Tartışma .....	40
4.4.1. Demografik ve Tanımlayıcı Özellikler .....	41
4.4.2. Menüde Ege/İzmir Yerel Mutfağından Yiyecek Bulunma Durumu .....	44
4.4.3. Mutfaktaki Üretim Sürecinde Yerel Gıda Ürünlerine Yer Verilme Durumu .....	45
4.4.4. Mutfaktaki Üretim Sürecinde Kullanılan Yerel Gıda Ürünlerinin Temininde Karşılaşılan Engeller .....	47
4.4.5. Yiyecek İçecek İşletmelerinde Yerel Gıda Ürünlerini Tercih Sebeplerini Etkileyen Unsurlar .....	52
4.4.6. Yiyecek İçecek İşletmelerinin Mutfaklarında Yerel Gıda Ürünleri Tercihinin Sürdürülebilirlik Açısından Önemi ve İşletmelerin Tutumları .....	54
4.4.7. Yiyecek İçecek İşletmelerinin Menülerinde Yerel Mutfaktan Yiyeceklerin Sunulmasının Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği Açısından Önemi ve İşletmelerin Tutumları .....	59

**V. BÖLÜM****5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....62**

5.1. Yiyecek İçecek İşletmeleri ve Kamu Kurumları İçin Öneriler .....64

5.2. Gelecekte Planlanan Çalışmalar İçin Öneriler .....65

**KAYNAKLAR .....66****EKLER**

Ek 1: Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu .....81

Ek 2: Etik Uygunluk Belgesi .....83

## TABLO LİSTESİ

<b>Tablo 2.1:</b> Yerel Ürünlerin Oluşmasında Etken Değişkenler .....	9
<b>Tablo 2.2:</b> İzmir'in Yerel ve Coğrafi İşaretli Gıda Ürünleri.....	17
<b>Tablo 3.1:</b> Sürdürülebilir Tarımın Temel Göstergeleri.....	24
<b>Tablo 3.2:</b> Turizmin Çevreye Etkileri .....	33
<b>Tablo 4.1:</b> Katılımcıların Demografik Bilgileri .....	43
<b>Tablo 4.2:</b> Katılımcı Yiyecek İçecek İşletmeleri ile İlgili Tanımlayıcı Bulgular .....	43
<b>Tablo 4.3:</b> Üretimde Yerel Gıda Ürünlerine Yer Verilme Durumu .....	45
<b>Tablo 4.4:</b> Yerel Gıda Ürünü Temininde Başlıca Engellerle Karşılaşma Durumu .....	49
<b>Tablo 4.5:</b> Yiyecek İçecek İşletmelerinde Yerel Gıda Ürünlerini Tercih Sebeplerini Etkileyen Unsurlar .....	53

## ŞEKİL LİSTESİ

<b>Şekil 3.1:</b> Sürdürülebilir Tarım, Turizm ve Mutfak ile Sürdürülebilir Turizm Arasındaki İlişki.....	34
--	----



## GİRİŞ

Dünya nüfusunun hızlı artışıyla birlikte bu artışa yönelik talebi karşılayabilmek amacıyla gıda üretiminde endüstrileşmeye gidildiği görülmektedir. Ancak bu endüstrileşme tarımda kullanılan kimyasal girdileri, hayvancılıkta hayvan refahını hiçe sayan uygulamaları beraberinde getirmekte olup; doğal kaynaklar üzerinde geri dönüşmesi mümkün olmayan zararlara neden olmaktadır. Bu yöntemlerin sürdürülebilir olmadığı ve bu şekilde üretilen gıdaların insan sağlığını tehdit ediyor oluşu nedeniyle yerel ve organik gıda ürünlerine yönelim artmaktadır.

Turizmde de yerel mutfak öğelerinin, turistler tarafından gidilen destinasyonda daha fazla talep gördüğü bilinmektedir. Rızaoğlu, Ayazlar ve Gençler (2013: 676), turistlerin yiyecek içecek tüketimini etkileyen önemli bir bireysel eğilim olan çeşitlilik arayışının, farklı destinasyonlardaki yemekleri merak etme, egzotik yiyecekler deneme gibi davranışları beraberinde getirebildiğine değinmiştir. Bir bölgenin ya da yörenin kültürünü tanımada o bölgenin yiyecekleri, pişirme usulleri, kullanılan yeme içme araçları gibi mutfak kültürünü yansıtan öğelerin deneyimlenmesi önemlidir. Günümüzde turistler artık kitlesel turizm hareketlerinden ziyade gidilen destinasyonların kültürünü, yaşayış biçimlerini, tarihini tanımak, yöreye özgü durumları deneyimlemek amacıyla seyahat etme eğilimindedir. Turizm hareketlerinde, kültürel ve geleneksel değerler önem kazanmış ve turist tercihleri yerel değerlerine sahip çıkan destinasyonlara doğru yönelmeye başlamıştır (Sünnetçioğlu, Can ve Durlu Özkaya 2012: 959). Gastronomi, turizm deneyiminin ayrılmaz bir parçası ve bazı durumlarda temel seyahat motivasyonu halindedir (Yüncü 2010: 28). Bu kapsamda özel ilgi turizm türleri içerisinde yerini alan gastronomi turizminin çekici unsuru da yerel yiyecekler olmaktadır. Bu nedenle her bölgenin kendi yerel gastronomi unsurlarının farkında olup, restoranlarında bu ürünlere yer vermesi, yerel kalkınma ve gastronomi turizmi açısından önem arz etmektedir. Bu yerel gıda öğelerine hak ettikleri değer atfedilerek korunduğu ve kayıt altına alındığı sürece sürdürülebilirlikleri sağlanabilir.

Sürdürülebilirlik kısaca kaynakların kullanımında gelecek nesillerin de bunlardan yararlanabilmesine olanak sağlanması gerekliliği üzerine bir olgu olup, birçok disiplinde kendine yer bulmaktadır. Turizm ve gıda alanlarında da doğal kaynaklar ve kültürel değerlerin korunarak geleceğe aktarılması noktasında sürdürülebilirlik kavramıyla karşılaşılmaktadır. Yerel mutfak öğelerinin turizmde yer alması hem gıdanın hem de turizmin sürdürülebilirliği açısından önemlidir. Bu ürünler tüketiciler tarafından talep gördüğü takdirde üretimi ve ulaşılabilirliği artırılabilir.

Bu kapsamda yerel gıda öğelerinin kullanımının artırılarak sürdürülebilirliğinin sağlanması gerekliliğiyle; bir kültür ve turizm kenti olan ve Ege mutfağının temsilcisi olan İzmir ilinde, bu ürünlerin yiyecek içecek işletmelerinde yer alma düzeyinin ortaya konulması bu çalışmanın temel amacı olmaktadır. Bunun yanında yerel mutfak öğelerinin yiyecek içecek işletmeleri tarafından tercihindeki motivasyon unsurları ve temininde karşılaşılan engellerin belirlenmesi, kullanımının mutfak kültürünün, gıdanın ve turizmin sürdürülebilirliğine sağlayacağı katkılar hakkında sektör çalışanlarının farkındalığının belirlenmesi ve gerçekleştirilen uygulamaların ortaya konulması araştırmanın alt amaçlarıdır. Bu çalışma için İzmir ilinin seçilmesinin nedeni, tarihsel birikiminin getirisi olan çok kültürlü yapısının mutfak kültürüne de yansımalarının görülmesiyle zengin bir mutfak kültürüne sahip olmasıdır. Aynı zamanda coğrafi konumu, iklim açısından elverişli oluşu; tarımsal ve hayvansal üretim yönünden zenginliği beraberinde getirerek yerel gıda ürünlerinde çeşitliliğe neden olmaktadır. Gastronomi turizmi dâhil olmak üzere birçok turizm türüne yönelik potansiyeliyle özellikle yiyecek içecek işletmelerinde bu öğelerin ön plana çıkarılması gerekliliğiyle araştırmaya konu olan evrende yerel mutfak öğeleri-sürdürülebilirlik ilişkisi içerisinde, yiyecek içecek sektörünün -öncelikli mutfak şefleri olmak üzere- temsilcileriyle yapılan bir araştırmaya rastlanmamış olması araştırmanın önemini ortaya koymaktadır. Böylece bu araştırmanın literatüre katkı sağlaması ve yerel mutfak öğelerinin kullanımı ile sürdürülebilirlik konusunda farkındalığın artmasında yiyecek içecek sektörü için yol gösterici olacağı umulmaktadır.

# I. BÖLÜM

## 1. YIYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNE GENEL BAKIŞ

### 1.1. Yiyecek İçecek İşletmeleri Tanımı

İnsanın temel ihtiyaçlarından bir tanesi olan beslenme ihtiyacı, zaman içinde yapılan bir takım girişimlerle ticari bir sektör halini almıştır. Böylece gelişen teknoloji ve sağladığı imkânlar sayesinde hızlı bir gelişim sürecine girmiştir. 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, endüstriyel gelişimle birlikte çalışan insan sayısındaki artış ve ağır çalışma koşulları ile dışarıda yemek yeme alışkanlıklarında da artış görülmüştür. Böylece konaklama işletmelerine bağlı ya da bağımsız yiyecek içecek işletmelerinin önemi de artmıştır (Sarışık 1998: 10). Yiyecek içecek sektörü, insanların farklı nedenlerle kendi konutları dışında yeme içme gereksinimlerinin karşılanması amacıyla mal ve hizmet üretip sunan ticari işletmelerden oluşmaktadır (Koçak 2009: 1).

Yiyecek içecek sektörü içerisindeki yiyecek içecek işletmelerinin tanımlanması ise; yapısı, teknik donanımı, konforu vb. maddi, sosyal değeri ve hizmet kalitesi gibi niteliksel elemanları ile kişilerin beslenme ihtiyaçlarının karşılanmasını meslek edinmiş, ekonomik ve sosyal disiplin altına alınmış işletmelerdir (Doğan, Şanlıer ve Tuncer 2010: 242). Yiyecek içecek işletmelerinin gelişmesindeki etkenler; boş zamanların değerlendirilme isteği, harcanabilir gelirin artışı, yaşam biçimindeki değişimler, sosyal aktivitelerin artışı, işletme sayısının artışı, menülerin gelişmesi, ticari faaliyetlerin yoğunlaşması ve turistik faaliyetlerin artmasıdır (Erdek 2011: 50; Karakaş, Çiçek ve İştin 2015: 1272). Yiyecek içecek işletmeleri açlığın giderilmesi yanında, insanların ortak bir amaç için bir araya gelmesi ile keyifli ve hoş vakit geçirerek sosyalleşmelerine



ortam hazırlaması gibi misyonları da bünyesinde barındırmaktadır. Yiyecek içecek işletmelerini diğer hizmet sunan işletmelerden ayıran özellikleri (Sarılışık 1998: 20):

- Ürün çeşitliliğinin fazla olması;
- Malzeme ve emek-yoğun işletmeler olması;
- Örgüt yapısının diğer işletmelerden farklı olması;
- Temel ürün olan yiyecek içeceklerin beraberinde eğlence hizmetlerinin de sunulması;
- Menü planlamasının önem arz ediyor olması ve
- Farklı müşteri tiplerinin bulunmasıdır.

Yiyecek içecek sektörünün zaman içindeki gelişiminin getirdiği olarak birbirinden farklı özelliklerdeki işletmelerin sayısındaki artış ile birlikte bunların sınıflandırılması gerekliliği doğmaktadır.

## 1.2. Yiyecek İçecek İşletmelerinin Sınıflandırılması

Yiyecek içecek işletmelerinin sınıflandırılmasında ülkelere göre farklılıklar görülmesiyle birlikte temel özellikler açısından birbiriyle benzerlikleri bulunmaktadır. En başta ticari ve ticari olmayışına göre sınıflandırılabilen yiyecek içecek işletmeleri (Atak 2006: 5); amacı, büyüklüğü, mülkiyeti, servis şekli, hizmet verdiği pazar, menüsü ve fiyatlandırması gibi bir çok kriter göz önüne alınarak sınıflandırılmaktadır (Bucak 2012: 11; Akoğlu ve Öztürk 2018: 431). Ticari ve ticari olmayan yiyecek içecek işletmelerini Atak (2006: 5) şu şekilde sınıflandırmıştır:

### 1) Ticari Yiyecek İçecek Hizmetleri

#### *a. Yiyecek ve İçecek Yerleri*

- *Restoranlar*
- *Sınırlı menü restoranları ve içecek yerleri*
- *Ticari kafeteryalar*
- *Pastaneler*
- *Bar ve taverna*

*b. Konaklama Yerleri*

- *Otel restoranları*
- *Motel restoranları*
- *Diğer konaklama tesislerinin restoranları*

*c. Diğer Yerler*

- *Rekreasyon ve spor merkezleri*
- *Seyyar hizmetler*
- *Perakendeciler*

2) Ticari Olmayan Yiyecek İçecek Hizmetleri

*a. Kendi yiyecek içecek hizmetini sağlayan işletmeler, eğitim ve devlet kurumları*

- *İşçi yiyecek ve içecek hizmetleri (Endüstriyel ve ticari kuruluşlar)*
- *Üniversiteler*
- *Diğer Eğitim kurumları*
- *Ulaşım sektörü*
- *Hastaneler*
- *Kulüpler, spor ve rekreasyon kampları*
- *Topluluk merkezleri*

3) Askeri Yiyecek İçecek Hizmetleri

- a. Askeri kamplar, gazinolar, misafirhaneler*
- b. Askeri hizmetler*

Bu sınıflandırma şeklinin yanı sıra restoranların yasal açıdan, bulunduğu yere göre (yapılanmasına göre), sunduğu hizmet çeşidi (servis şekline göre), büyüklüklerine göre ve diğer restoranlar şeklinde sınıflandırılması da aşağıdaki gibidir (Denizer 2012: 6):

1) Yasal Açıdan Sınıflandırma

- *Belediyeye bağlı restoranlar*
- *Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Restoranlar*
  - *Birinci Sınıf Restoranlar*
  - *İkinci Sınıf Restoranlar*

2) Yapılanmalarına Göre Restoranlar

- *Otel Restoranları*

- *Bağımsız Restoranlar*
- *Kurum Restoranları (Üniversite ve Hastane)*
- *Havaalanları, istasyon ve otopark restoranları*
- *Ulaşım araçları restoranları (Gemi ve Tren)*
- *Üyelerine Hizmet Sunan Restoranlar*
- *Endüstriyel İşletmelerde Yapılan Restoranlar*
- *Alışveriş Merkezlerinde Yapılan Restoranları (Food Courts)*

### 3) Servis Şekillerine Göre Restoranlar

- *Alakart Restoranlar*
- *Tabldot Restoranlar*
- *Self Servis Restoranlar (Açık büfe ve kafeteryalar)*
- *Hızlı Servis Sunan Restoranlar (Fast Food restoranları)*
- *Paket Servis Hizmeti Sunan Restoranlar*

### 4) Büyüklüklerine Göre Restoranlar

- *Küçük Restoranlar (0-50 Kuver )*
- *Orta Büyüklükteki Restoranlar (50-100 Kuver)*
- *Büyük Restoranlar (100 ve üzeri Kuver)*

### 5) Diğer Restoranlar

- *Etnik Restoranlar (Türk, Fransız, Çin vs.)*
- *Özel (Special) Restoranlar (Köfteci, Kebapçı, Pizzacı, Pideci vs. gibi)*
- *Aile Restoranları*
- *Bar ve Kafeler*
- *Kokteyl ve Ziyafet Hizmeti Sunan Restoranlar (Outside ve party catering hizmetleri vb.)*
- *Toplu Yemek Servisi Sunan Restoranlar (Yemek fabrikaları vb.)*

Atak'ın (2006: 6) çalışmasında servis şekline göre restoranların sınıflandırılması farklılık göstermekte; hazır yemek lokantaları, fast food lokantaları, et-kebab lokantaları, balık lokantaları ve lüks lokantalar şeklinde yer almaktadır.

Rekabetin kızıştığı ve zincir restoranların giderek arttığı bir ortamda başarı göstererek bir marka haline gelen restoranlar da zincir olarak büyüme ve yönetim anlayışlarında daha profesyonel hale gelip kurumsallaşma yoluna gitmektedir (Meydan Uygur ve Doğan 2013: 36). Bu nedenle yukarıdaki gruplandırmanın yanı sıra sahiplik durumuna göre zincir ve bağımsız şeklinde iki gruba ayrılan restoranlar; yine ölçeklerine göre, menü seçimi, restoran düzenlemeleri ve konumu itibariyle lüks restoranlar, temalı restoranlar, etnik ve hızlı yemek sunan restoranlar olarak kendi içlerinde gruplara ayrılmaktadır (Yılmaz ve Özdemir 2017: 82).



## II. BÖLÜM

### 2. YEREL GIDA ÜRÜNÜ, YÖRESEL MUTFAK VE EGE MUTFAK KÜLTÜRÜ

#### 2.1. Yerel Gıda Ürünü

Yerel kelimesi; yöresel, mahalli ve lokal anlamlarında olup, “belirli bir yöreye özgü olan”, “belirli bir yöre ile ilgili” kavramları tanımlamaktadır (TDK 2018, <http://www.tdk.gov.tr>, 12 Mart 2018’de erişildi).

Literatürde yerel, yöresel, bölgesel ve geleneksel ürün kavramları için ayırt edici tanımların kullanılmadığı ve birbiri yerine kullanılabilen ifadeler olduğu görülmekle birlikte bu çalışmadaki kullanımı ile yerel ürünün geniş bir tanımı yapılacak olduğunda; coğrafi anlamda belirli bir bölge ya da yöreye özgü, ününü ve kalitesini o bölgenin doğal şartlarından ve özellikleriyle birlikte oluşan bilgi, deneyim ve geleneklerinden alan, bölge içindeki hammadde ve üretim girdileri kullanılarak o alanın ekonomik kalkınmasını teşvik ederek üretilen ürünler şeklinde ifade edilmektedir (Kelemci Schneider ve Ceritoğlu 2010: 31). Diğer bir tanımlamaya göre; yerel gıda ürünü, bir bölge, şehir veya eyalet gibi kısıtlı sınırları içerisinde üretilen tarımsal ve hayvansal kökenli gıda ürünlerini ifade etmektedir (Kang ve Rajagopal 2014: 302).

Onozaka, Nurse ve McFadden’ın (2010: 1) gıda kapsamında “yerel” kelimesinin belirlenmiş bir tanımı olmadığından yola çıkarak tüketiciler ile gerçekleştirdikleri çalışmanın anket sonuçlarına göre “yerel” ve “bölgesel fakat yerel değil” tanımlamalarının fiziksel uzaklık ve ülke sınırlarına dayandığı görülmüştür.

Katılımcıların %70'den fazlası, 50 millik (yaklaşık 81 km) bir alanı yerel olarak tanımlarken, çoğu 300 millik (yaklaşık 483 km) bir alanı da yerelden ziyade “bölgesel” olarak tanımlamıştır. Bu altı çizilmesi gereken bir durum olarak gösterilmiştir çünkü 300 mil, perakendeciler tarafından yeterli hacim ve çeşitlilik elde edilmesi için gerçekçi bir mesafe olarak sıklıkla “yerel” sınır olarak kullanılmaktadır. Siyasi sınırlar anlamında yaklaşıldığında katılımcıların %40'ından fazlası, ilçe sınırlarında üretimi gerçekleştirilen gıdaları “yerel” olarak kabul ederken, bunun aksine bir ülke sınırları içerisinde üretilen gıdalar çoğunluk tarafından “bölgesel” olarak değerlendirilmiştir.

Wilkins vd. (1996) yerel gıdayı bir ilçe, komşu ilçeleri veya bir ülke sınırları içinde üretilen gıda olarak tanımlamıştır (Aktaran: Kang ve Rajagopal 2014: 302). Zepeda ve Leviten-Reid'in (2004: 2) çalışmasında yerel gıda ürünleri tüketiciler tarafından çoğunlukla, yakınlardaki çiftlikler veya en fazla 6-7 saat uzaklık limitindeki lokasyonlarda üretilen ürünler olarak tanımlanmıştır.

Yerel ürünlerin oluşmasında çeşitli bir takım etkenlerin o yörede meydana gelen ürünleri şekillendirip, onlara asıl değerini verdiğinden bahseden Coşkun (2001: 6), bu etkenleri bağımlı ve bağımsız değişkenler olarak gruplandırmıştır (Tablo 2.1).

**Tablo 2.1:** Yerel ürünlerin oluşmasında etken değişkenler

Bağımlı Değişkenler	Bağımsız Değişkenler
• Farklı tarihi geçmişler	• İklim
• Farklı yerel, bölgesel ve ulusal kültürler	• Toprak yapısı
• Farklı gelenekler	• Bakı
• Farklı hayat tarzları	• Yükselti
• Farklı çalışma koşulları	
• Yaratıcılık	
• Merak ve İlgi	
• Emek	

Bir bölgenin sahip olduğu bu değişkenler esasında, o yörede yetişen ya da üretilen ürünlerin özelliklerini belirlemekte ve kendine özgü bir ürün olması anlamında katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda yerel ürünlerin nitelikleri korunarak, varlıklarının devamının sağlanması ihtiyacı duyulmuştur. Bu ihtiyaç doğrultusunda da “coğrafi işaret (geographical indication)” adı altında bir koruma aracı geliştirilmiştir. İlk olarak 15.05.1994 tarihli uluslararası “Ticaret ile Bağlantılı Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları

Sözleşmesi'nde (Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights) kullanılmıştır. Bu sözleşmede coğrafi işaretin tanımı şu şekildedir: “Üye bir ülkenin toprağından veya bu toprak üzerinde yer alan bir bölge veya yöreden kaynaklanan, belirgin bir niteliğı, ünü (itibarı) veya diğere özellikleri itibariyle esas olarak bu coğrafi menşeye atfedilen ürünleri tanımlamak için kullanılan işaretlerdir” (Üner 2014: 25). Türk Patent Enstitüsü ise coğrafi işaret kavramını; “Belirgin bir niteliğı, ünü veya diğere özellikleri itibariyle kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretlerdir” şeklinde tanımlamıştır. Coğrafi işaretler “menşe adı” ve “mahreç işareti” olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bu iki ifade arasındaki fark üretim yeri ile ilgili olup, menşe işaretini taşıyan ürünler ait oldukları coğrafi bölgenin dışında üretilemezken, mahreç işaretini taşıyan ürünler başka bölgelerde de üretilebilmektedir (Türk Patent Enstitüsü, turkpatent.gov.tr, 2 Haziran 2018'de erişildi). Bir ürünün menşe adı alabilmesi; tüm veya esas niteliklerini coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölgeye (bazı durumlarda bir ülkeye) özgü doğa ve beşeri unsurlarından kaynaklanması ile üretimi, işlenmesi ve diğere işlemlerinin tümüyle belirlenmiş sınırlar içinde yapılması halinde söz konusu olmaktadır (Durlu Özkaya, Sünnetçioğlu ve Can 2013: 17). Coğrafi işaretli ürünler bölgesel gelişim sağlayan faaliyetlerin sürdürülebilir olması, yöre halkı ve kültürel değerler açısından da önemlidir. Bu duyarlılıkla birlikte sosyal ve kültürel değerlerin korunarak sürdürülebilirliğı sağlanabilir (Duran 2009: 45). Yöresel ve geleneksel birikimlerimizin sistemli bir şekilde toplanması, kayıt altına alınması ve korunarak kuşaktan kuşağı aktarılıp yaşatılabilmesi bu yolla bir nebze de olsa mümkün olabilmektedir (Aydoğdu ve Mızrak 2017: 370).

## 2.2. Yerel Mutfak Kültürü

Birçok farklı kavram ile birlikte kullanılabilen ‘yerel’ ifadesi, belirli bir yöreye özgü mutfak kültürünü ifade ederken de kullanılmaktadır. Yerel mutfak kavramı, bölgeye özgü olan pişirme teknikleri, kullanılan araç gereç, gelenekler gibi bileşenleri içeriğinde toplayan ve en önemli unsuru yemekler olan bir kavramdır.

Bu çalışmanın başlığında görülen ve içeriğinde sıkça yer alan “yerel mutfak öğeleri” kavramı ise; hem hammadde anlamında bölge veya şehir sınırları içerisinde üretimi gerçekleşen yerel gıda ürünlerini hem de yerel mutfak kültürüne ait olup, bölge veya il mutfağı ile özdeşleşmiş “yöresel yemek”leri kapsamına almaktadır.

Yöresel yemek ifadesi, “*toplumların kültürel öğelerini de barındıran, dini ya da milli etkilerle şekillenen, yerel gıda ürünleri ile elde edilen, yöresel araç gereçler ve pişirme usulleri ile üretilebilen ve bölge halkının beslenme şekillerini ortaya koyan yiyecekler*” şeklinde tanımlanmıştır (Şengül 2017: 228).

Yöresel mutfaklar, tarih boyunca o yörenin coğrafi ve iklimsel özellikleri ile birlikte şekillenip, bölge kültür mirasının temelini oluşturan öğelerden biri olagelmıştır. Yöresel mutfakların ortaya çıkmasında etkili olan faktörler şu şekilde sıralanmıştır (Şengül ve Türkay 2017: 2):

- Yöreye has yiyecek içecek ürünleri,
- Dini etkiler,
- Milli etkiler,
- Gelenek ve görenekler,
- Yeme-içme alışkanlıkları,
- Mevsimsel özellikler,
- Coğrafi özellikler,
- Tarihsel birikim.

Bir toplumun sahip olduğu kültürel değerler yaşam şekli üzerindeki etkisinin yanı sıra, yeme içme alışkanlıkları üzerinde de kendisini göstermektedir. Bu nedenle farklı toplumların mutfak kültürleri de pişirme ve saklama yöntemleri, yemek çeşitleri, damak tatları yönünden farklılık göstermektedir (Albayrak 2013: 5052). Türk mutfağı, coğrafyasının sunmuş olduğu farklı tarımsal ve hayvansal ürünleri, inanç ve geleneklerine uygun olarak pişirmesiyle diğer milletlerin mutfaklarından önemli ölçüde farklılaşmaktadır (Albayrak 2013: 5054). Türk mutfağı, bölgesel farklılıklardan dolayı farklı yemek kültürlerini bünyesinde barındırmaktadır. Bir bölgenin mutfak kültürünü ve çeşit zenginliğini şekillendiren bölgenin iklimi ve elde edilen tarımsal ürünlerdir. Bu



sayede bulunduğu yörenin özelliklerini yansıtarak yalnızca o bölgeye özgü olan yemeklerin bütünü olarak ifade edilebilen yöresel mutfak kavramının gelişmesi de sağlanmıştır (Cömert 2014: 64). Dünyanın farklı yerlerinde insanların birbirinden habersiz yaşadıkları dönemlerde farklı beslenme sistemleri ve alışkanlıkları ortaya çıkmıştır. Dünyada her mutfağın temel sayılacak bazı özellikleri bulunmaktadır. Bunlar o mutfak kültürünü diğerlerinden ayıran özellikler olarak tanımlanmaktadır. Ortaya çıkan farklılıkların birçok sebebi bulunmaktadır. Bunlar; din ve inanışlar, bölgeye has hayvan ve bitki çeşitliliği, toplumların ekonomik yapıları ve bu yapıların şekillendirdiği gündelik yaşam tarzları gibi etkenler olabilmektedir. Yaşanılan coğrafyanın fiziksel özellikleri; beslenme kültürünü, yiyeceklerin çiğ veya pişmiş halde tüketilme şekillerini belirleyebilmektedir (Cömert ve Özata 2016: 1964).

Turizm alanında mutfak kültürü kavramı ise, gelenekler ile birlikte süregelen, yemeği oluşturan maddelerin elde edilmesinden başlayan, hazırlama şekilleri, tüketimi ve saklanmasına kadar giden her türlü davranış rutinlerini kapsayan genel bir kavram olarak yer almaktadır. Kültür turizmi açısından önemi olan mutfak kültürü, içerisinde yer alan ürünler ve geçirdiği bütün süreçler ile birlikte soyut kültür mirası olarak değerlendirilmektedir. Özellikle Türk mutfağı, ülke konumu itibarıyla tarihsel birikimi, coğrafi ve iklimsel çeşitliliği ile kendi içerisinde de çeşitlenen oldukça zengin bir mutfak kültürü olmaktadır. Kültür denilen olgu ve varlıkları bir anda oluşmamış olmakla birlikte zaman içinde çeşitli etkenler ile şekillenerek günümüze gelmiş ve aynı dinamiklerle gelişimine devam etmektedir. Bu gelişim içerisinde geçmişten gelen değerlerin yitirilmemesi ve geleceğe aktarılmasının önemi gün geçtikçe daha fazla anlaşılmaktadır. Kültürü en güzel yansıtan örneklerden biri olan yerel mutfaklar, giderek artan bir turist talebine sahiptir. Bu talep doğrultusunda, yerel mutfak kültürlerinin turistik ürün olarak etkin bir biçimde kullanılarak turist deneyimi olarak geliştirilmesi, bu mutfakların tanıtımında ve kaybolmadan devamlılığının sağlanmasında önemlidir (Yüncü 2010: 30; Yurtseven 2011: 19; Durlu Özkaya, Sünnetçioğlu ve Can 2013: 1; Çokişler ve Türker 2015: 123; Aksoy ve Sezgi 2015: 80). Aynı zamanda kültürel değerlerin korunması ve devamlılığının sağlanmasında bir araç olan turizmin de devamlılığını sağlayabilmesi için bu öğeler olmazsa olmazdır. Yerel yiyecekler sürdürülebilirlikte, kalkınmada, turizmin gelişmesinde, turistler için

motivasyon aracı olmada ve soyut kültürel mirası destekleyip korumada bir anahtar görevi görmektedir (Westering 1999: 80).

### 2.3. Ege Mutfağı ve İzmir'in Yerel Mutfak Öğeleri

Ege bölgesinin mutfak kültürü söz konusu olduğunda iç kesimleri ve kıyı kesimi arasında önemli derecede farklılıklar görülmektedir. İç Ege bölümü olarak isimlendirilen; Afyonkarahisar, Kütahya, Denizli ve Uşak illerinde beslenme şekli İç Anadolu Bölgesi'nde görülen mutfak tarzına yakın olarak, ağırlıklı hamur işleri, et ve sebze yemekleri, erişte, bulgur, tarhana ağırlıklı olmaktadır (Şengül ve Türkay 2017: 53). Ancak kıyı kesimine gelindiğinde; Akdeniz iklimi ve verimli tarım alanlarının getirisi olan ürün çeşitliliği ile birlikte İzmir, Aydın, Muğla gibi illerde Akdeniz tipi beslenme görülmektedir. Ege mutfağı denildiğinde ilk akla gelen öge olan zeytinyağı da bu kıyı bölgesinde yoğun kullanımıyla, Ege mutfağını temsil etmektedir. Tarihte bilinen ilk zeytinyağı işleme merkezi de İzmir'in Urla – Çeşme yarımadası sınırlarında yer alan Klazomenai antik kentinde yapılan kazılarda bulunmuştur. Bu zeytinyağı işleme merkezinin, beraberindeki buluntuların da ışığında M.Ö. 6. yüzyılın ilk yarısında kurulmuş olduğu belirlenmiştir (Savaş Bakır, <http://www.izmirdergisi.com/tr/turizm/kultur-turizmi/1675-olmez-agacin-iksirinin-izinde>, 1 Haziran 2018'de erişildi). Bu bilgiye dayanarak çok eski çağlardan beri bu topraklarda zeytinyağı kültürünün olduğu ve hem tüketim hem de geçim kaynağı olarak yerinin ne denli önemli olduğu söylenebilmektedir. Denize kıyısı olması itibariyle balık ve deniz ürünleri de bölgede temel besin kaynağıdır. Ancak özellikle zeytinyağı ile yapılan çeşitli sebze ve yabani ot yemekleri bölgenin mutfak kültüründe ön plana çıkmaktadır. Özellikle ot yemekleri Giritliler aracılığıyla bölge mutfağında yerini almıştır (Şengül 2015: 76). Ege mutfağında kullanılan yabani otların kullanımı çiğ ya da haşlanarak salata yapma (turpotu, radika, cibes), böreklerle iç olarak, zeytinyağlı ya da etli (kuzu eti) yemekler (şevketi bostan, arapsaçı) şeklinde olmaktadır. Salata yapılmak istenen otlar fazla haşlanmayarak yeşil renginin korunması sağlanır ve ardından zeytinyağı ve limon ile tamamlanır. Ot yemeklerinde baharat, salça ve bazı yemekler hariç domates gibi malzemelere rastlanmaz, saf ve doğal halleri ile pişirilir. Ege mutfağında sık tüketilen

otlar aşağıda yer almaktadır (Koç ve Sökmen 2017: 99; Yentürk 2015, [https://giritturklerikulturu.wordpress.com/2015/02/21/girit-topragini-hatirlatan-ot-yemekleri\\_aybala-yenturk/](https://giritturklerikulturu.wordpress.com/2015/02/21/girit-topragini-hatirlatan-ot-yemekleri_aybala-yenturk/), 11 Ağustos 2018'de erişildi):

- Şevketi bostan: Akdeniz havzasında yetişir ve kullanılır. Ege mutfağında sıklıkla kullanılan bir yabani ot olan şevketi bostan, kuzu etli ya da zeytinyağlı yemeği ve haşlanarak salatası yapılarak tüketilir. Mevsimi Kasım'da başlar, Aralık ayı tam zamanıdır.
- Arapsaçı: Anadolu'da Ege ve Akdeniz'de yetişmektedir. Anason kokulu ve görünüş itibariyle dereotuna benzemektedir. Giritli Türklerden öğrenilen şekliyle kuzu etli ot yemeği veya zeytinyağlı yemeği yapılır. Aynı zamanda kurufasulyeli ya da kuru börülceli de pişirilir. Yerliler tarafından karışık ot kavurmaları ve böreklerle iç olarak da kullanılır. Mevsimi Kasım'da başlar ve Aralık'ta en güzel halini alır. Kış uykusundan uyanan yılanın topraktan çıktığında gözlerini arapsaçına sildiği inanişinden ve kartlaştığından dolayı mart ayından sonra tüketilmez.
- Turpotu: Haşlanarak zeytinyağlı, limonlu salatası yapılır. Ekim ile Nisan-Mayıs ayları arasında bulunur.
- Radika: Haşlanıp zeytinyağlı ve limonlu salatası yapılır. Ayrıca haşlandıktan sonra yumurtaya bulanıp kızartma ve soğanla kavrulma gibi yöntemlerle de tüketilir. Ekim ayında mevsimi başlar. Nisan ve Mayıs aylarında ise, çayırılık alanlarda ve yol kenarlarında kendini iyice gösterir.
- İstifno: Kabakla birlikte veya sade olarak haşlama salatası yapılır. Ispanak gibi pişirilebilir. Yaz mevsiminde bulunan tek ottur. Giritli Türkler arasında bilinen domates, patates ve yeşil biberli pişirilen bir tarifi de bulunmaktadır.
- Cibes: Ülkemizde Ege bölgesinde yetişen, mevsimi yine Ekim ile Nisan-Mayıs ayları arasında olan bu ot esasen lahana ve karnabaharlar kesilip toplandıktan sonra bunların dibinden kendi kendine büyüyen filizleridir. Görünüşü marulu andırır. Haşlanarak zeytinyağlı ve limonlu salatası ile zeytinyağlı yemeği yapılır.
- Semizotu: Zeytinyağlı, pirinçli yemeği ile çiğ olarak veya yoğurtlu salatası yapılır. Pişirirken domates kullanılan nadir otlardan bir tanesidir. Omega 3 yağ asidince oldukça zengin olan bu otun mevsimi yaz aylarıdır.

- Sarmaşık: Acı ve tatlı olmak üzere iki şekli bulunmaktadır. Acı sarmaşık otunun yaprakları büyük kalp şekline benzer ve kıvrıktır. Tatlı sarmaşık otunun ise, uçları dik şekilde olup, yabani kuşkonmaz olarak da anılmaktadır. Mevsimi ilkbahardır ve çabuk biter. Haşlanıp zeytinyağlı limonlu salatası ve soğanlı yumurtalı kavurması yapılmaktadır.
- Isırgan otu: Giritli mübadiller tarafından yerlilerin otu olarak kabul edilen ve Anadolu'dan Girit'e yerleştirilen Rumlar tarafından taşınmış olabileceği düşünüldükçe günümüzde Girit'te de tüketildiği görülen bir ot olan ısırgan otu, neredeyse tüm toprak ve iklim türlerinde yetişebilir. Çorbası, salatası, yemeği ve köftesi yapılır. Karışık ot kavurmaları ve börek içlerinde kullanılır.

Kıyı kesiminde bu ürünlerin fazlaca tüketimi bölgenin Akdeniz tipi mutfak özellikleri gösterdiğinin kanıtı olmaktadır (Kılıç 2010: 15). Ancak et, süt ve buğday ağırlıklı şekillenmiş olan mutfak kültürüne de kentin kırsal kesimlerinde rastlanmaktadır. Tire'de Tire köftesi, kuyu tandır ve çeşitli otlarla haşlama, börek, kavurma yemekleri, Seferihisar'da kuzu veya oğlak dolması, çeşitli börekler, lor baklavası, oklavadan sıyırma tatlıları, kabak çiçeği dolması ve yaprak sarma örnekleri mevcuttur. Bunların yanında İzmir köfte de il ile özdeşleşmiş sulu yemeklerdendir. İzmir köfte; patates, köfte ve biberin kızartıldıktan sonra, altına dilimlenmiş domates serilmiş tepsiye bunların dizilmesi ve sulandırılmış salçanın hepsinin üzerinde gezdirildikten sonra fırına sürülmesi ile yapılan bir yemektir. Tire köftesinin özelliği ise, kıymanın yalnızca tuz ile yoğrulmuş, ince uzun şekilde şekil verilerek şişe geçirilip önce kömür ızgarada ardından bakır bir kap içinde ikinci kez tereyağında kızartılmasıdır. Servis edilirken altında tereyağında kızarmış pide, üstünde domates sos ile sunulur (Yaşın 2013, <http://www.hurriyet.com.tr/dort-sehirde-kofte-yolcuğu-24671589>, 3 Haziran 2018'de erişildi). Özellikle keşkek, neredeyse her ilçede vazgeçilmez bir düğün yemeği olmaktadır. Menemen, Ödemiş, Seferihisar-Payamlı, Dikili'de en az keşkek kadar önemli olan bir diğer düğün yemeği 'topalak'tır. İzmir'in mutfak kültürü söz konusu olduğunda sokak lezzetleri yönünden de çeşitlilik görülmektedir. İzmir gevreği, boyoz, kumru, kelle söğüş, midye dolma, şambali tatlısı bunlardan öne çıkanlardır (İzmir İl Kültür Turizm Müdürlüğü, <http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR,77474/izmir-mutfagi.html>, 3 Haziran 2018'de erişildi).

Şimdiye kadar yapılan kazılarda ulaşılan bilgilere göre M.Ö. 3000 yılında Truvalılar tarafından kurulmuş olan İzmir tarih boyunca Pers, Antik Yunan, Asur, Lidya, Roma, Bizans ve Osmanlı uygarlıklarına ev sahipliği yapmıştır. Ekonomik ve sosyal yönden aktif bir şehir olması ile böylesine zengin bir mutfak kültürüne sahip olması, coğrafi konumu ve iklimi ile birlikte geçmişten bu zamana dek bu kültürleri bünyesinde harmanlamasında yatmaktadır. İzmir ve çevresinde yaşayan yerleşik ya da göçebe Türkler, İzmirli Rumlar, Levantenler, Sefaradlar, mübadele zamanlarında Batı Trakya ve adalardan (Girit, Sakız, Midilli) gelen mübadiller, Makedon, Boşnak, Arnavut, Afrika kökenli Araplar bu kültür mozağinde yer alan milletlerden olmaktadır (İzmir Büyükşehir Belediyesi, <http://www.izmir.bel.tr/tr/Yayin/157/227#dergi/sayfa1>, 2 Haziran 2018’de erişildi). Bu tarihi ve kültürel birikimi yanına doğal güzellikler de eklendiğinde kentin turizm potansiyeli ortaya çıkmakta ve bir çok turizm türü için çekim noktası haline gelmektedir. Özellikle zengin mutfak kültürüyle gastronomi turizmi için dikkat çekmektedir. Turizmdeki çeşitlenme ve büyüme ile değer kazanan ve bölgesel gelişim sağlayan gastronomi turizmi etkinliklerinde coğrafi işaretli ürünlerin işlevi bilinmektedir. Coğrafi işaretleme ile bölgelerin kendine özgü ürünlerinin kayıt altına alınması bu ürünlerin tanıtımında ve korunarak geleceğe aktarılmasında gerekli bir adım olmaktadır. 2018 yılı itibariyle İzmir iline ait coğrafi işaret tescili almış 11 adet (Tablo 2.2), başvuru sürecinde olan 6 adet gıda ürünü (Gümüldür mandirini, Seferihisar mandalinası, Yarımada Hurma zeytini, Çeşme kavunu, İzmir Tulum peyniri, Bergama Tulum peyniri) bulunmaktadır (Türk Patent Enstitüsü, [turkpatent.gov.tr](http://turkpatent.gov.tr), 15 Aralık 2018’de erişildi). Bunun yanında Gümrük ve Ticaret Bakanlığı İl Ticaret Genel Müdürlüğü (2016) tarafından yayınlanan coğrafi işaret almamış diğer yerel gıda ürünleri de Tablo 2.2’de listelenmiştir. Yok olma riski olan ürünlerin varlığına dikkat çekilmesi ve bunların korunması için harekete geçilmesi düşüncesiyle kurulan Slow Food Biyoçeşitlilik Vakfı tarafından Balkanlarda ve Türkiye’de yürütülen ve Türkçesi “Kırsal Alanlarda Çevresel ve Sosyo-Ekonomik Sürdürülebilir Kalkınma” olan ESSEDRA (Environmentally Sustainable Socio-Economic Development of Rural Areas) projesinin ilk aşamadaki ana faaliyeti; Ark of Taste (Nuh’un Ambarı) ismiyle Anadolu’nun lezzet envanterinin oluşturulmasıdır.

**Tablo 2.2:** İzmir'in yerel ve coğrafi işaretli gıda ürünleri

Coğrafi İşaretli Ürünleri/Tescil Yılı	Yerel Gıda Ürünleri
1 Bozdağ Kestane Şekeri/1999	İzmir Tulum Peyniri
2 Ödemiş Patatesi/2002	Tire Yoğurdu
3 Güney Ege Zeytinyağları/2004	Tire Köftesi
4 Ege İnciri/2006	Selçuk Şeftalisi
5 Bergama Kozak Çam Fıstığı/2010	Bergama Tulumu
6 Ege Sultani Üzümü/2015	Çeşme Kavun
7 İzmir Şambali Tatlısı/2016	Çeşme Sakız
8 İzmir Boyoz/2017	Çeşme Dondurma
9 İzmir Kumru/2017	Tire Kuruyemiş (Kuru İncir)
10 İzmir Lokma/2017	Beydağ Kestane
11 Urla Sakız Enginarı/2017	Beydağ İncir
	Kemalpaşa Kiraz
	Foça Yoğurdu
	Şevketibostan
	Seferihisar Mandalina
	Urla Kırmızı Bamya

Anadolu'nun lezzet envanterinde yer alan İzmir'in kaybolmaya yüz tutmuş olan yerel gıda ürünleri aşağıda yer almaktadır (Mutfak Dostları Derneği 2016, <http://www.mutfakdostlari.org.tr/wp-content/uploads/2016/12/ESSEDRA-brosur-2016-SON.pdf>, 8 Haziran 2018'de erişildi):

- *İzmir Tulum peyniri: Esasında çiğ koyun sütünden yapılarak, traşlanmış kürkklü yüzeyi içe çevrilmiş keçi derisine doldurulur. Koyun sütü bulunamadığında keçi ve inek sütü karıştırılarak yapılan bu peynir, %7-9 tuz içeriğiyle beyaz peynire göre tuzlu ve serttir. Orta büyüklükte delikli yapıdadır. Ancak AB katılım süreci kapsamında uyulması gereken hijyen kuralları ve prosedürler yüzünden günümüzde deri tulumlar yerine teneke kutu ya da plastik varillerde olgunlaştırılması, bu peynirin İzmir teneke tulum peyniri şeklinde isim değişikliği yaşamasına neden olmuştur. Aynı zamanda peynir yapımında kullanılacak koyun sütü için, koyun ırklarının azalmasıyla birlikte geleneksel İzmir tulumunun bulunması neredeyse imkansız bir hal almaktadır.*
- *Sakız koyunu (Çeşme-Karaburun-Aydın): Osmanlı döneminde Ege Bölgesi'nin en önemli ve verimli hayvanı olan sakız koyununun eti az yağlı olup, hem süt verimi hem de yavrulama açısından üretken bir ırktır. Sakız koyunu veya ürünleri ticari olarak satılmamaktadır. Yerel bir değer olarak*

1983 yılında 30.000 olarak kaydedilen sakız koyunu nüfusu ne yazık ki günümüzde büyük ölçüde azalma göstermiştir.

- *Çekme makarna (Foça):* Hamurunun asıl tarifinde un, tuz, su, kaynatılmış süt veya yumurta bulunmaktadır. Ancak günümüzde süt ya da yumurta hamura eklenmemektedir. Yoğrulan hamurun çekerek ya da keserek makarna elde edilmesi sayesinde bu ismi almaktadır. Eski zamanlarda yörede bir ritüel olan makarna yapımı genç nesiller tarafından devam ettirilmediğinden ticari bir ürün olmaktan çıkmıştır.
- *Hurma zeytin (Karaburun):* Bölgenin yerel iklim koşullarının getirişiyle, dalındayken tatlanıp, ek işleme ihtiyaç duymaksızın yenilecek hale gelen bir türdür. Tutarlılık göstermeyişiyle Kuzey Ege zeytin türlerinin yetiştirilmesinin tercih edilmesi üretimini oldukça sınırlandıran etkenlerden olmaktadır.
- *Erkence sızma zeytinyağı (Urla):* Erkence cinsinin bir alt çeşidi olan, hasadı eylül ayı süresince gerçekleştirilen hurma zeytininden üretilen bu zeytinyağı, yoğun altın sarısı renkli, keskin lezzetli ve hafifçe acı olmakla birlikte taze kesilmiş çimen, yeşil elma ve olgunlaşmamış domates aromalarını taşımaktadır. Erkence zeytini, üretiminin zor ve düşük verimli olması sebebiyle az sayıda üretici tarafından tercih edilmektedir.
- *Sakızlı tarhana (Seferihisar):* Un, süt, sakız reçenesi, karanfil, tarçın ve tuz bileşenlerinin harmanlanmasıyla yoğrulan hamuru, mayalanması için bekletilip ardından güneşte kurutulmaktadır. Çorba ve çörek yapımında kullanılan tarhana, kullanmadan önce süt ilave edilerek yumuşatılıp tatlandırılmaktadır. Çöreği yapılacağı zaman, sakız reçenesi içeriğinden ötürü kızartılması gerekmektedir. Hamuruna tarhana ile birlikte maya eklenip, sonrasında yağda kızartılarak beyaz peynir ile servis edilmektedir.
- *Türk Kopanisti peyniri (Karaburun-Çeşme):* Türkçe'ye Yunanca'dan geçen 'kopanisti' kelimesi dövülen bir şeyi ifade etmektedir. İsmi sepette dövülerek yapılmasından almaktadır. Keçi sütünden yapılan tuzlu ve baharatlı bir peynirdir. Kendine özgü tadını içinde büyüyen mantar sağlamaktadır. Keçi sütününün maya ile birlikte 24 saate kadar pişirilmesinin ardından kurutulup tuz ilave edilerek ilk 24 saatte, bir saat aralıkla karıştırılması gerekmektedir. Sonrasında pamuklu kumaşa sarılıp, suyu

*çıkarılması için bırakılan peynir içinde mantarın da üreyebilmesi için bir hafta boyunca bu vaziyette bırakılır. Rengi ve kokusu değişmeye başladıktan sonraki süreçte 35-40 gün boyunca günde yaklaşık 10 dakika sepetlerde dövülür. Gün geçtikçe rengi koyulaşmaya devam eden ve yağını bırakan peynir, 35-40 gün süren bu süreçten sonra kavanozlara bastırılır ve üzerine zeytinyağı dökülerek muhafaza edilir. Yaygın olarak kuru ekmek üzeri domates ile zeytinyağı eklenerek ve meze olarak tüketilmektedir.*

- *Foça tarhanası: Özelliği ince kabuklu Foça domatesi ve Foça yoğurdu ile üretilmesi olan bu tarhana yalnızca az miktarda ve yerel olarak bulunabilmektedir.*
- *Karabaşotu reçeli: Yabani lavantanın bölgede yaygın olan ismi olan karabaşotu, Nisan ayında başlayan ve 3-4 hafta süren sezonu boyunca yaygın olarak Karaburun ve Foça bölgesindeki köylü kadınlar tarafından toplanmaktadır. Reçel üretimi bitkinin yalnızca çiçekleri kullanılarak gerçekleştirilip, sapsarı da şerbet yapımında değerlendirilmektedir. Yörede yerel marketlerde ve pazarlarda bulunabilen bu ürünün çok az üreticisi kalmış ve unutulmaya yüz tutmaktadır.*



## III. BÖLÜM

### 3. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE YEREL MUTFAK ÖGELERİ İLE İLİŞKİSİ

#### 3.1. Sürdürülebilirlik Kavramı

Sürdürülebilirlik kavramı ortaya atıldığı ilk zamandan bu yana farklı disiplinler tarafından farklı anlamlar içerisinde kullanılmıştır. Sürdürülebilirlik kelimesi ilk olarak 1712’de Alman bilim insanı Hans Carl von Carlowitz’in “Sylvicultura Oeconomica” eserinde yer almıştır. O dönemde orman ve yabani hayat yönetimi üzerine kullanılmış olan sözcük, 20. yüzyılın ilk yarısında balıkçılık ve tarım alanındaki tartışmalarda kendine yer bulmuştur (Vehkamäki 2005: 3).

1960’lardan itibaren çevreciliğin doğal kaynak sorunlarının çözümünde tek başına yeterli olamadığı anlaşılmış olup; bu sorunları teknolojik, ekonomik, sosyal ve politik süreçlerin de beslediğinin farkına varılmıştır (Sharpley 2010: 6). Bunun üzerine temelini çevreden alan sürdürülebilirlik kavramı, hayata geçirilmesinde bu diğer etkenlerin de göz önüne alınması gerekliliğini beraberinde getirmesinden ötürü bütüncül bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Sürdürülebilirlik, ekonomik kalkınmayla ilişkili olarak karşı karşıya kalınan doğal kaynaklar üzerindeki kötü etkilerin minimuma düşürülebilmesi amacıyla planlama ve kalkınmada üzerinde durulan önemli unsurlardan biri haline gelmiştir (Hall 2008, Aktaran: Doğan ve Yağmur 2017: 489).

Sürdürülebilirlik kavramının öneminin Birleşmiş Milletler tarafından 1972 yılında Stockholm’de düzenlenen “İnsanın Çevresi” (UNCHE: United Nations Conference on the Human Environment) konferansı öncesine kadar anlaşılamadığı

söylenmektedir. Konferansın ardından kavram üzerine yoğunlaşan çalışmalar ve Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (WCED) tarafından 1987 yılında yayınlanan Brundtland Raporu ile birlikte sürdürülebilirlik kavramı tekrar şekillenmiştir. Bu rapora göre sürdürülebilirlik, “*günümüzün ihtiyaçlarının, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılama kabiliyetlerine zarar vermeden karşılanması*” olarak ifade edilmiştir (Kloppenborg vd. 2000: 178; Lehtinen 2012: 1055; Alkan 2015: 6693; Doğan ve Yağmur 2017: 489). Literatür incelendiğinde bu tanımlama genel anlamda kabul görmüş olan tanımdır. Buna benzer ve daha kapsamlı olarak sürdürülebilirlik; toplumların sosyal, kültürel, bilimsel ve doğal kaynaklarının tümünün etkin kullanımını sağlayan ve bu kaynakların korunarak geleceğe aktarılması temeline dayanan bir süreçtir (Marshall 1999: 706).

Sürdürülebilirlik kavramının önemi kalkınma sürecinde sürdürülebilirlik ilkelerini sağlayabilmekte yatmaktadır. Bu doğrultuda ortaya çıkan bir diğer kavram ‘sürdürülebilir kalkınma’ kavramıdır. Yüksek (2010: 26) sürdürülebilir kalkınmayı, insan ile doğa arasında denge kurularak doğal kaynaklar tüketilmeden şimdiki ve gelecek nesillerin ihtiyaçlarının karşılanması ve kalkınmasına olanak sağlanarak bugün ve geleceğin yaşamı ve kalkınmasının programlanması şeklinde açıklamıştır. Sürdürülebilir kalkınma, kalkınma süreci içerisinde doğal kaynakların tahrip edilmeden korunmasının da göz önüne alınması ve bu kaynaklardan uzun süreli yararlanılabilmesinin sağlanmasını hedefleyen bir anlayıştır (Kaya 1997: 2). Bunun yanında literatürde sürdürülebilir kalkınma ile ilgili çeşitli tanımlar bulunmaktadır. Bunun nedeni kavramın insan yaşamında pek çok değişikliği bünyesinde barındırmasıdır. Sürdürülebilirlik, sosyal, çevresel ve ekonomik boyutları olan bir kavramdır ve tek bir boyutla ele alınması imkansızdır. Buna göre ekonomik, sosyal ve çevresel anlamda eş zamanlı ve eşit olarak kalkınmanın sağlanabilmesi sürdürülebilirliği beraberinde getirebilir. Aksi durumda sürdürülebilirlik yerine dayanılabilir, yaşanabilir ve adil gibi ifadeler kullanılmaktadır (Carter ve Rogers 2008: 371; Aksu 2011: 6).

Ekonomik sürdürülebilirlik, gerekli olan mal ve ihtiyaçların gelecekte de üretilmesi adına tarım ve endüstri üretimini olumsuz etkileyen yaklaşımlardan

kaçınılması, yapılacak maddi borçlanmalarda geleceğin düşünülerek davranılmasını temel almaktadır. Çevresel sürdürülebilirlik, doğal kaynakların gelecekte de varlığının sağlanması, yenilebilir kaynakların tercihi, yenilemeyen kaynakların ise israf edilmeden yeterli miktarda dikkatli bir biçimde kullanılması ile biyolojik çeşitlilik, ekosistemlerin korunması gibi durumları kapsamaktadır. Sosyal sürdürülebilirlik ise; temel olarak eşitlik kavramı etrafında şekillenmekte olup, insan hakları, toplumsal cinsiyet eşitliği, sağlık ve sosyal hizmetlere erişim eşitliği gibi konuları kapsamına almaktadır (Şahin ve Kutlu 2014: 56). Tam anlamıyla sürdürülebilir kalkınma bu boyutların bir arada sağlanabilmesiyle mümkün olmaktadır. Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı'nda 1992 yılında sunulan raporda sürdürülebilir kalkınmanın hayata geçirebilmesi için gerekli üretim ve tüketim alışkanlıklarıyla ilgili olan değişimler ele alınan öncelikli konular olmuştur. Tüketicilerin bilgilendirilerek doğru satın alma davranışlarının geliştirilmesi üzerine (Korkmaz ve Ermeç Sertoğlu 2013: 129):

- Çevre ile uyumlu satın alma ve tüketim,
- Eko-verimlilik ve endüstriyel verimlilik,
- Geri dönüşüm,
- Atık azaltma,
- Endüstriyel ekoloji,
- Yaşam döngüsü analizi,
- Çevre yönetim sistemleri ve
- Eko-etiketleme gibi konular öne çıkmıştır.

### 3.2. Sürdürülebilir Gıda

Sürdürülebilir gıda; gıdanın üretim, işlenme, dağıtım, hazırlık ve tüketim süreçlerini kapsayan, gıda sistemlerinde sürdürülebilir kalkınma anlayışı ile aynı doğrultuda ilerleyen bir anlayıştır. İnsan sağlığı için önemli ve gerekli olan gıdanın üretimi ve tüketiminin yeryüzündeki doğal kaynaklara etkisinin ön plana alınmasından hareketle ortaya çıkmıştır (Atay Haspolat 2015: 27). Sürdürülebilirlik ve gıda arasındaki ilişki, sürdürülebilir kalkınmanın tüm milletler için kapsayıcı bir politika hedefi haline geldiği 1980'lere dayanmaktadır. Ancak yeryüzündeki kaynakların nasıl yönetileceğine

dair 20 yıllık bir tartışma süreci sonrası, Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun (WCED) küresel anlamdaki çevresel bozulma, yoksulluk ve hızlı nüfus artışı arasındaki net bağlantıları kurması bir kilometre taşı olmuştur. 6 Şubat 2003'te Amsterdam'da Vrije Üniversitesi tarafından düzenlenen Ekolojik Çalışmalar Konferansı (The 6. Lustrum Conference of the Institute for Environmental Studies) sürdürülebilir gıda konusu üzerine gerçekleştirilmiştir (Aiking ve De Boer 2004: 359).

Kloppenburg vd. (2000: 179), tüketiciler ve üreticilerin sürdürülebilirlik algısında bir takım farklar bulunduğunu belirlemiştir. Bazı büyük şirketler sürdürülebilirliği “çevresel olarak geçerli, ekonomik olarak uygulanabilir ve sosyal olarak kabul edilebilir” şeklinde tanımlarken; bunun tersine tüketiciler “yeşil ve iyi”, sağlıklı ve adil yerel gıda sistemleri inşa etmek için topluma dayalı çabalar gibi daha geniş bir özellik yelpazesıyla ilişkili üretim ve tüketim sistemlerini belirten bir kavram olarak tanımlamaktadır (Aiking ve De Boer 2004: 361).

Gıdada sürdürülebilirlik için gerekli kriterler Ilbery ve Maye (2005: 333) tarafından şu şekilde sıralanmıştır:

- En yakın uygulanabilir kaynaktan gelen veya enerji kullanımının en aza indirilmesiyle sağlanan yakınlık,
- Dengeli bir beslenmenin parçası olarak sağlıklı,
- Zararlı biyolojik veya kimyasal atıklar içermeyen,
- Üreticiler, çalışanlar, perakendeciler ve tüketiciler arasında adil veya işbirliğine dayalı ticaret,
- Gıda sektöründe çalışanların hak, ücret ve koşullar açısından istismar edilmemesi,
- Üretimde çevre açısından faydalı ya da zararsız,
- Hem coğrafi hem de satın alınabilme anlamında ulaşılabilir,
- Üretim ve taşımada yüksek hayvan refahı standartları,
- Toplumdaki bütün insanlar için sosyal olarak kapsayıcı ve
- Gıda ve gıda kültürünü anlama ve bilgiye teşviktir.

Sürdürülebilir gıda sistemlerinde tarımın sürdürülebilir olması gerekliliği bu kavramın girdilerinin anlaşılabilmesi açısından oldukça önem arz etmektedir. Dünyada giderek artan tarımsal talebi karşılamak adına doğal kaynakların olumsuz etkilenmesi, tarımda sürdürülebilir gelişim politikalarına gereksinim duyulmasına sebep olmuştur. Genel anlamıyla sürdürülebilir tarımın, hızla artış gösteren dünya nüfusunun ihtiyaç duyduğu miktarda yeterli ve kaliteli gıda maddesinin uygun maliyetlerde üretiminde, çevre ve doğal kaynakların korunmasının gelişimi üzerine uygulamalar içeren bir sistemdir (Atay Haspolat 2015: 25). Sürdürülebilir tarım anlayışında su ve toprak kaynaklarının korunması, entegre ilaç yönetimi gibi bir dizi uygulamalar yer almaktadır. Amacı, tarımda sentetik girdiler kullanılmasının önüne geçilmesi ve böylece kaliteli, sağlık ve çevresel yönlerden daha etkin ürünler elde edilmesine olanak sağlanmasıdır. Esasında endüstriyel tarımın ortaya çıkardığı problemlere çözüm olarak geliştirilen sürdürülebilir tarım ilkelerinde öncelikle kabul edilmesi gereken, dünyada tarımsal üretim için gerekli olan kaynakların sınırlı olduğu ve doğal denge bozularak istenilen miktarda ve devamlı bir gelişmenin sağlanamayacağıdır (Turhan 2005: 14). Sürdürülebilir tarımın temel göstergeleri Tablo 3.1’de görülmektedir.

**Tablo 3.1:** Sürdürülebilir tarımın temel göstergeleri (Turhan 2005: 15)

Üreticinin uzun dönem geliri	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Üreticilerin elde ettikleri net gelirin uzun dönemli olması</li> <li>• Üreticilerin pazarlama güçlerinin artırılması ve dış ticaretin geliştirilmesi</li> <li>• Kaynakları etkin kılan üretim verimliliğinin sağlanması</li> </ul>
Doğal kaynaklar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gıda kalitesi ve güvenliği</li> <li>• Toprağın durumu</li> <li>• Ürün çeşitliliği</li> <li>• Su kaynakları</li> </ul>
Çevre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kimyasal atıklar</li> <li>• Sulardaki tuzluluk oranı</li> <li>• Tarımın doğal kaynaklar üzerine etkisi</li> </ul>
Yönetimsel özellikler	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sürdürülebilir tarım uygulamalarının etkin bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için eğitim çalışmaları yürütülmesi</li> </ul>
Sosyo ekonomik etkiler	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tarımda insan odaklı bir gelişim sağlanması ve işgücü eğitimi çalışmaları sağlanması</li> </ul>

Türkiye açısından sürdürülebilir tarım kavramı değerlendirilecek olduğunda; erozyon, fazla miktarda kullanılan kimyasal girdiler, çevre kirliliği, sulama, sanayileşme, kentleşme ve turizmin etkileri ile tarım alanlarının bozularak azalma gösterdiği görülmektedir. Yanlış tarımsal uygulamalarla bitki örtüsü tahrip olmakta ve erozyona neden olmaktadır. Toprağın ıslahı için yatırımlar, korunması için önlemler

ve tarımsal gelirlerin arttırılmasına yönelik çalışmalar yapılarak; Türkiye için tarımın sürdürülebilirliğinin sağlanması gerekliliği göz önüne alındığında sürdürülebilir gıdadan bahsedilebilir (Turhan 2005: 17). Ekonomik ve çevresel sürdürülebilirlik açısından sürdürülebilir tarım uygulamalarına teşvik edilerek yerel işletmelerin desteklenmesi ile birlikte yerel gıda ürünleri yoluyla bölgesel marka oluşturulabilmektedir. Aynı zamanda tüketiciler tarafından sürdürülebilir gıdalara yönelim, öncelikli satın alma motivasyonları olan lezzet, fiyat, kolay ulaşılabilirlik, sağlıklı olma gibi bireysel faydaların yanında sosyal sorumluluğu da kapsayan bir karar verme süreci haline gelmektedir (Korkmaz ve Ermeç Sertoğlu 2013: 130).

### 3.2.1. Sürdürülebilir Gıda Anlayışında Yiyecek İçecek İşletmelerinin Sağlayabileceği Uygulamalar

Sürdürülebilir gıda anlayışı içerisinde bireyler ya da yiyecek içecek işletmeleri tarafından dikkat edilmesi gerekli olan yerel, mevsiminde ve organik gıda ile sürdürülebilir deniz ürünlerinin kullanımı konuları önem arz etmektedir.

#### 3.2.1.1. Yerel Gıda Ürünlerinin Kullanımı

Küresel gıda sisteminin, ulusal gıda sistemi ile birlikte bileşenlerinden biri olan yerel gıda sistemi; çevresel, ekonomik, sosyal alan ve besin alanını etkileyen yerel gıdanın üretimi, işlenmesi, dağıtımı ve tüketimini kapsayan sistem olarak tanımlanmaktadır. Yerel gıda sistemleri toprak yapısı, iklim, kültürel yapı ve gelenekler, toplumsal cinsiyet gibi faktörler ile birlikte kendi içinde değişkenlik göstermektedir (Atay Haspolat 2015: 28). Tarımsal üretim yöntemleri ve gıda güvenliği ile ilgili tüketici kaygılarındaki artış ile birlikte yerel gıdanın daha sürdürülebilir, ekolojik ve sağlıklı olduğuna dayanan güçlü inanışlar ile birlikte, tüketiciler arasında yerel gıdaya olan ilgi de son on yıldır artış göstererek sosyal bir hareket halini almıştır (Ruth McSwain 2012: 1; Schmitt vd. 2017: 346). Yerel gıda hareketi; daha yerel, kendine güvenen gıda ekonomileri inşa etmek ve belirli bir yerin ekonomik, çevresel ve yerel sağlığını geliştirmek için sürdürülebilir gıda üretimi, işlenmesi, dağıtımı ve tüketiminin

bütünleştirildiği bir süreçtir. Yerel gıda hareketinin hedefleri arasında (Feenstra 2002: 100):

- Tüm toplum üyeleri tarafından yeterli ve besleyici bir beslenme düzenine daha iyi erişim,
- Daha sürdürülebilir üretim uygulamaları kullanan aile çiftliklerinin istikrarlı bir temel oluşturmasını sağlamak,
- Çiftçiler ve tüketiciler arasında doğrudan bağlantılar yaratan pazarlama ve işleme uygulamaları,
- Yeni işler ve finansal sermayenin devri daimini sağlayan gıda ve tarımla ilgili işler,
- Gıda sistemleri ve çiftlik işçiliği için iyileştirilmiş yaşam ve çalışma koşulları ile
- Yerel gıda üretimini, işlenmesini ve tüketimini teşvik eden gıda ve tarım politikaları geliştirilmesi bulunmaktadır.

Yiyeceklerin taşınmasında kat ettiği yol ve bunun yarattığı karbon ayak izinin iklim değişikliğinde rol oynamasıyla birlikte sürdürülebilir olmayışı, üretim konusunun yanında ulaştırma yönüyle de yerel gıdanın tüketilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır. Gıdaların tüketilmek üzere taşındığı mesafe hakkında oluşan bilinç ve bu bilinçle hareket etmek isteyen, yalnızca 50-100 mil (80-160 km) çapında bir alanı kapsayan yerel sınırlar içerisinde yetiştirilen ya da üretilen gıdaları tüketmeyi tercih eden insanları tanımlayan 'locavore' sözcüğü Jessica Prentice tarafından dile kazandırılarak 2007 yılında Oxford American Dictionary'de yılın sözcüğü ilan edilmiştir. Locavore akımı -diğer adıyla yerel gıda hareketi- taze, yerel ürünlerin daha besleyici ve daha lezzetli olduğunu savunarak tüketicileri çiftçi pazarlarından satın almaya veya kendi yiyeceklerini yetiştirmeye teşvik etmektedir (Ruth McSwain 2012: 2; Ersoy Quadır ve Karaman 2012: 1273; Tidball, Tidball ve Curtis 2013: 185; Cuniman Pinto 2011, [http://www.salom.com.tr/haber-81129-kimdir\\_bu\\_locavorelar.html](http://www.salom.com.tr/haber-81129-kimdir_bu_locavorelar.html), 20 Ekim 2018'de erişildi).

Kısa zamanda dünya çapında ses getiren locavore ve yerel gıda hareketi, tüketicilerin ardından yiyecek içecek sektöründe özellikle şeflerin de ilgisini çekmiştir.

Böylece yerel gıda ürünleri ve yerel mutfaklara hak ettiği değerin verilmediğinin fark edilmesiyle birçok şef de kendi bölgesinin ürünlerini ön plana çıkarmaya ve yerel mutfaklarını tanıtmaya yönelik hareketleriyle dikkat çekmeye başlamıştır. Bölgesel kalkınma, sosyal sorumluluk, gıda sektörünün kötü gidişatı ve sürdürülebilirlik konularında etki yaratmak anlamında bu konu kapsamında harekete geçmeye başlayan şefler; restoranların kendi bostanını oluşturup yalnızca burada yetişen ürünlerin kullanılmasından, yerel ürün zenginliğinin araştırılması adına gastronomi enstitüleri kurulmasına ve kendi ülkeleri veya şehirlerinde yeni yerel gıda hareketlerine öncülük edilmesi gibi dünyanın tamamen farklı yerlerinde çeşitli etkinliklerde bulunarak hem seslerini duyurmakta hem de başarıyı yakalamaktadır. Bunlardan bir tanesine örnek verilirse; Danimarka'da şef René Redzepi'nin restoranı Noma ile birlikte öncüsü olduğu New Nordic Cuisine (Yeni İskandinav Mutfağı) akımı bu anlamda oldukça yankı uyandırmıştır. Bölgenin yemek anlayışını değiştirmek, yerel bir özellik getirmek amacıyla başlayan bu akım Noma mutfağında yalnızca İskandinav coğrafyasından elde edilen ürünler kullanılarak yapılan yaratıcı yemeklerle dünyada birçok şefe de ilham olmuştur. New Nordic mutfağının takip ettiği ilkeler; sağlık, gastronomik potansiyel ve kimlik ile sürdürülebilirliktir (Mithril vd. 2012: 1942). Bu ilkelerin dünyanın herhangi bir yerinde o bölgenin mutfağına uygulanabileceği de belirtilmektedir. Böylece dünya üzerindeki çeşitli yerel mutfakların farklarını ortaya koyarak, yerel malzemelerinin ve mutfaklarının korunması ve tanıtımında sağlanan faydaların yanı sıra bölge için ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik ilkeleri de sağlanabilmektedir.

Yerel yiyeceğin sürdürülebilirlik açısından önemi esasında sanayileşme ile birlikte tarım ve hayvancılık ürünlerine ulaşım mesafelerinin artmasıyla birlikte çevreye olumsuz etkiler oluşmasında yatmaktadır. Bir yiyecek tarladan tabağa gelene kadar ortalama olarak 1500 mil (yaklaşık 2414 km) yol kat etmektedir (Sünnetçioğlu ve Yılmaz 2015: 101). Yerel bölgeden temin edilen ürünler tercih edildiği takdirde, uzak mesafelerden getirme esnasında harcanan her türlü enerjiden de tasarruf edilmektedir. Yerel gıda ürünlerinin tercihi tarım, turizm ve gıda alanlarında sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır. Yerel gıdaların özellikle mevsiminde yerel üreticilerden satın alınması ve yılın başka bir zamanında ithal edilmemiş olması gerekmektedir. Yerel gıdayı özel yapan da bu özelliği olmaktadır. Üretici yönünden bakıldığında, kırsal sosyoloji



çalışmalarında yerel gıda zincirlerinin küçük ve orta ölçekli üreticilere ekonomik faydalarıyla birlikte toplumsal öneminden bahsedilmektedir. Gıda üretimi ve tüketiminin sürdürülebilirliği, doğal olarak çok boyutlu olmakla birlikte sürdürülebilirliğin temel taşlarının bir arada sağlanmasıyla mümkündür (Schmitt vd. 2017: 347).

Yerel gıdaların tüketiminin artışı, yerel ekonomiyi canlandırmakta ve gıdaların taşınması sırasında ortaya çıkan çevresel zararları da en aza indirgeyerek turizm sektörünün karbon ayak izinin azaltılmasında rol oynamaktadır (Sims 2009: 322). Bununla birlikte yerelden ziyade belirli bir mesafe kateden gıdalar, sürdürülebilirlik için tek ölçüt olarak değerlendirilmemelidir. Yerel gıdaların daha sürdürülebilir olduğu doğru olmakla birlikte, daha düşük karbon ayak izinde rol oynadığı ortak varsayımının gerçekleştirilen bir çalışmada desteklenmediği de görülmektedir. Aynı çalışmada yerel ürünlerde sürdürülebilirliği arttıran temel etkenlerin mesafe anlamında uzaklıktan ziyade kimlik, know-how, büyüklük ve yönetim olduğu belirtilmiştir. Gıdanın nereden geldiğine değil, nasıl üretildiği ve tüketildiğine odaklanılmasının daha etkili ve amaca yönelik olacağına dikkat çekilmiştir (Schmitt vd. 2017: 357). Gıdaların üretim ve tüketim şartlarında yapılabilecek olan değişimlerin sürdürülebilirliğe katkıda daha büyük adımlar olacağı ifade edilmektedir. Bu bakış açısıyla bir gıdanın sıklıkla üretildiği bölgede tüketilmesinin bölgenin yeme içme alışkanlıklarını yansıtmasıyla birlikte kültürel yönden sürdürülebilirlikteki önemi açıktır. Bunun yanında sürdürülebilirliğe katkıda, turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir gerçekleştirilmesi ve buna bağlı olarak yiyecek içecek işletmelerinin yerel gıdaları satın alma tercihleri, bölgesel kalkınma ve sürdürülebilirliğe katkıda pay sahibi olmaktadır.

### 3.2.1.2. Organik Gıda Ürünleri Kullanımı

Sürdürülebilir gıda söz konusu olduğunda organik tarım önde gelen bir diğer konudur. Organik tarım biyolojik çeşitlilik ve çevresel değerlerin korunmasında, çevre sorunlarına yol açan tarım uygulamalarına karşı olarak geliştirilmiştir. Esasında kimyasal ilaçlar ve gübrelerin kullanımı yerine yeşil ve organik gübreleme ile toprağın korunması ve bitkinin direncinin artırılmasında doğal yöntemlerden yararlanılmasını ön

gören ve önceliği büyük miktarlarda üretim değil, yüksek kaliteli ürün olan bir üretim şeklidir. Organik tarım çevresel, sosyal ve ekonomik anlamda sürdürülebilir ve entegre bir tarım sistemi oluşturma amacını taşımaktadır (Demiryürek 2011: 28). Organik tarımın temel amaçları arasında sürdürülebilir tarım için bitki ve hayvan genetik kaynaklarının daha etkin korunması ve kullanılması gibi konuların yer alması; organik tarım faaliyetlerinin ve bu faaliyetler sonucu ortaya çıkan ürünlerin sürdürülebilir özellikte olduğunun söylenebilmesine kaynak oluşturmaktadır (Turhan 2005: 18). Organik tarımın; toprak erozyonunu önleme, enerji tasarrufu sağlama, su kalitesinin korunması, tarımsal biyoçeşitliliğin korunması ve tarım işçileri ile tüketicilerin sağlığının korunması açısından faydaları bulunmaktadır (Sünnetçioğlu 2013: 62). Aynı zamanda ürün çeşitliliği ve toprak verimliliğinin artması, gıda kalitesinde yükselmesi, çevresel kirliliğin azalması, yaban hayatın korunması, çevreyle uyumlu üretim, daha güçlü bir toplum, kırdan kente göçün azalması, daha iyi çalışma koşulları ile işgücünün artması ve yerel ekonominin güçlenmesi de organik tarımın diğer yararlarıdır (Turhan 2005: 19). Bu yönleriyle organik gıdaların yiyecek içecek sektörü tarafından tercihi sürdürülebilir gıdada ve turizm açısından çoklu etki yaratacaktır.

### 3.2.1.3. Mevsimsel Gıda Kullanımı

Yerel gıdaların özellikle mevsiminde talep edilmesi, mevsimi dışında bu ürünlerin üretilme çabasının da önüne geçilmesinde önemli bir etken olacaktır. Mevsimi dışında doğallıktan uzak olarak yetiştirilen ürünler hem lezzetsiz, hem maliyetli hem de bir takım hormon ve ilaçların etkisiyle sağlıksız olmaktadır. Özellikle yiyecek içecek işletmelerinde mevsimlik ürün tercihi ve her daim taze ürünlerle servis misyonunun işletmelere artıları bulunmaktadır. Mevsiminde tercih edilen gıdalar gıda ithalatını azaltmakla birlikte yerel ürün çeşitliliği ve bu ürünler ile yapılan yerel mutfağa ait yiyeceklerin ve pişirme tekniklerinin keşfedilmesinde önemlidir (Sünnetçioğlu 2013: 62).

Şeflerin yerel ürün tercihleri üzerine yapılan daha önceki çalışmalarda mevsimselliğin yerel ürün satın almaya ilişkin başlıca engellerden bir tanesi olarak algılandığı sonucuna ulaşılmıştır (Strohbehn ve Gregoire 2002; Curtis ve Cowee 2009;

Kang ve Rajagopal 2014; Yarış ve Cömert 2015; Özdemir vd. 2015; Çulha ve Dağkiran 2016; Karamustafa ve Ülker 2017). Yerel ürünlerin yıl boyunca her mevsimde bulunamaması şeflerin bu ürünleri kullanma motivasyonunda düşüş yaratmaktadır. Yerel gıdaların aynı zamanda mevsimsel gıda oluşu ve birbirine paralel olan özellikleri ile birlikte bu ürünlere menülerinde yer vermek isteyen işletmelerde, bu ürünlere yönelik mevsimsel menüler oluşturulması gereklidir. Kimi işletmeler menünün sürekliliği ve standardını koruma gayesiyle yıl boyunca tek bir menü üzerinden servis yapmaktadır. Ancak günümüzde gastronomide tazelik, doğallık, mevsimsellik gibi akımların ön plana çıkmaya başladığı görülmektedir. Bu faktörlere verilen önemin artmasıyla birlikte yerel mutfak öğelerinin de yiyecek içecek işletmelerinde kendilerine daha fazla yer bulmaya başlaması ve kullanımında artış görülmesi beklenmektedir. Mevsimsel gıda kullanımında, mevsimsel menü değişikliklerine gidilmesi gerektiği bilincinin oturmayla birlikte işletmelerde yerel gıda ürünlerinin tüketiminde de artış sağlanacaktır.

#### 3.2.1.4. Sürdürülebilir Deniz Ürünleri Kullanımı

Sanayi devrimi ile birlikte 18. yüzyılda balıkçılık etkinliği de bir sanayiye dönüşmüştür. Buharlı trol aracı ile birlikte insan gücü yerine buhar gücüyle ağları toplayan vinçlerin bulunmasıyla avcılık süreklilik kazanmış ve aniden çok büyük miktarlarda avlanma yapılmaya başlanmıştır. Günümüze kadarki teknolojik gelişmeler ile birlikte balıkçılık sektöründe yüksek bir hareketlilik görülürken deniz ekosistemi de insan tahribatından nasibini almaya başlamıştır. Doğal stokların azalma göstermesi ile birlikte, deniz canlıları yetiştiriciliği ilerleme kaydedilen bir alan olmuştur. Bununla birlikte aşırı avlanma hızla kaynakları tehlikeye sokmaktadır. Önlem olarak yalnızca yasal biçimde avlanmayı ve bu ürünlerin piyasada yer almasını destekleyen etiketleme, sertifikasyon gibi sistemler kurulmaktadır (Doğal Hayatı Koruma Vakfı 2013). Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) su ürünlerinin avlandıktan sonra etiketlenmesi ve bu etiketlerde menşei, fiziksel koşullar gibi özelliklerin belirtilmesinin; balıkçılıkta sürdürülebilirliğin sağlanması için gerekli olduğunu belirtmektedir (Atar ve Alçiçek 2009: 35). Etiketleme ile hedeflenen amaçlar arasında; tüketicinin talep ettiği kaliteli su ürünleri için daha iyi yönetilen balıkçılık ve yetiştiricilik faaliyetlerine teşvik

sağlanması, balıkçılık yönetiminin sürdürülebilir hale getirilmesi, üretici açısından da uzun vadeli balıkçılık imkanlarının artması yer almaktadır. Etiketleme sisteminin dünya çapında yaygınlaştırılması sürdürülebilir balık stokları açısından elzemdir. Eko-etiketleme, sertifikasyon ve tüketicilerin bilinçlendirilmesi faaliyetleri ile birlikte sürdürülebilir su ürünleri tüketimi yaygınlaşmıştır (Atar ve Alçıçek 2009: 38). Özellikle Türkiye’de balıkçılık ile ilgili Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı (yeni adıyla Tarım ve Orman Bakanlığı) tarafından da su ürünleri avcılığını düzenleyen tebliğler yürürlüğe sokulmaktadır. Bu çalışmaların temel amacı bilimsel, çevresel, ekonomik ve sosyal unsurlar ön plana alınarak su ürünleri kaynaklarının korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasıdır. İlgili tebliğde tüm denizler ve iç sularda av yasakları ve dönemleri belirtilmiş olup, boy ve ağırlık sınırlamaları da getirilmiştir (Atar ve Alçıçek 2008: 40). Bu bağlamda, yiyecek içecek işletmeleri tarafından sürdürülebilir şartlarda üretimi ya da avlanması gerçekleştirilen su ürünlerinin tercihi ve yasalara uyulması, tüketim miktarlarının fazlalığı açısından önem arz etmektedir.

### 3.3. Sürdürülebilir Turizm

Çevrenin korunması ve kalkınmada bu konuların ön plana alınmasının ışığında birçok alanda kendini göstermeye başlayan sürdürülebilirliğin, seksenli yıllardan itibaren turizmi de yakından ilgilendirdiği fark edilmiştir. Turizm faaliyetlerinin gerçekleştirildiği alanlarda kaynakların fütursuzca tüketildiğinin ve bunun önüne geçilmesi gerekliliğinin idrak edilmesinin ardından, sürdürülebilir turizm kavramı ortaya çıkmıştır. Turizmde kalkınma, kaynakların korunarak kalkınmanın sağlanması esasına dayanmaktadır. Turizmin sürdürülebilir olabilmesi için taşıma kapasitesi ile ekosistemlerin kaldırabileceği limitlerle yönetimi ve biyoçeşitliliğin korunması sağlanmalıdır (Seyhan ve Yılmaz 2010: 53). Sürdürülebilirlik kavramının genel boyutlarına bağlı olarak turizmde sürdürülebilirlik anlayışı da çevresel, ekonomik ve sosyal olmak üzere üç temel boyut üzerine kuruludur.

- Çevresel Sürdürülebilirlik: Turizmin gelişiminde doğal kaynakların en uygun şekilde kullanımı, ekosistemlerin devamlılığının sağlanması ile doğal ve biyolojik çeşitliliğin korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasıdır.

- Ekonomik Sürdürülebilirlik: Turizmin sağladığı istihdam ve ekonomik faaliyetlerin uzun dönemli olması, gelir ve sosyal hizmetlerden bölgede bulunan bütün paydaşların adil olarak yararlanabilmesi ve turizmin bölgesel kalkınmaya katkıda bulunmasıdır.
- Sosyokültürel Sürdürülebilirlik: Bölgede yaşayan halkın geleneksel değerleri ve kültürel mirasına saygı gösterilmesi ve korunması ile birlikte devamlılığının sağlanması, kültürlerarası iletişimde hoşgörünün amaçlanmasıdır.

Sürdürülebilir turizm kavramının gelişimini açıklamak üzere farklı yaklaşımlar getirilmiştir. Bunlar (Üner 2014: 13):

- Zıt Kutuplar Yaklaşımı: Sürdürülebilir turizm ile kitle turizmi zıt kutuplar olmaktadır. Sürdürülebilir turizmin geliştirilmesi için kitle turizminden vazgeçilmelidir.
- Tamamlayıcı Yaklaşım: Sürdürülebilir turizm ve kitle turizmi bazı ortak noktalarda birleşmektedir. Ancak yine de arada farklılıklar bulunmaktadır.
- Faaliyetsel Yaklaşım: Bir takım olumlu düzenlemeler sağlanarak kitle turizmine sürdürülebilir özellik kazandırılabilir.
- Uzlaşmacı Yaklaşım: Kitle turizmi de dahil olarak tüm turizm çeşitleri sürdürülebilir olmalıdır.

Destinasyonlardaki doğal çevrenin turistler için en önemli çekim unsurlarından biri olması yanında tüketime dayalı oluşu dolayısıyla sürdürülebilirliğin en fazla tartışıldığı sektörlerden biri de turizm olmuştur (Artun ve Akbulut 2015: 27). Dünya Turizm Örgütü, turizm ile çevre arasında çok yakın bir ilişki bulunduğunu, turizmin çevreye hem pozitif hem negatif yönde etkileri olduğunu belirtmektedir. Turistleri ilgili destinasyona çeken doğal ya da beşeri kaynaklı öğelerin turizm sayesinde korunabildiği gibi tahrip de olabildiğine dikkat çekilmektedir. Bu nedenle destinasyonlarda turizmin gelişmesine yönelik yapılacak iyi planlama ve yönetim ile geri dönüşü olmayan olumsuz etkiler baştan bertaraf edilebilmektedir (Alkan 2015: 6702). Turizmin doğal çevre üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri neler Tablo 3.2’de yer almaktadır.

Dünya Turizm Örgütü’nün tanımına göre sürdürülebilir turizm; ziyaretçilerin, sektörün, çevrenin ve yerel halkın ihtiyaçlarına yönelik olarak turizmin

bugünkü ve gelecekteki sosyal, ekonomik ve çevresel etkileri hesaba katan bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir. Bir destinasyonun sürdürülebilirliği, faaliyetlerin sürdürülebilirlik ilke ve uygulamalarına uyması ile bunların destinasyonun tamamında uygulanabilmesiyle sağlanabilmektedir (Dünya Turizm Örgütü 2005, <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>, 4 Haziran 2018'de erişildi). Gerçek sürdürülebilirliğin, yalnızca otel ya da restoranların çabasıyla sağlanması mümkün değildir. Tedarik zinciri sağlayıcıları, tüm paydaşlar ve tüm hizmetlerin ulaştığı müşterilerin uzun zamanlı işbirliği ile sürdürülebilirlik sağlanabilir (Xu ve Gursoy 2015: 105).

**Tablo 3.2:** Turizmin çevreye etkileri (Doğan 2010: 22)

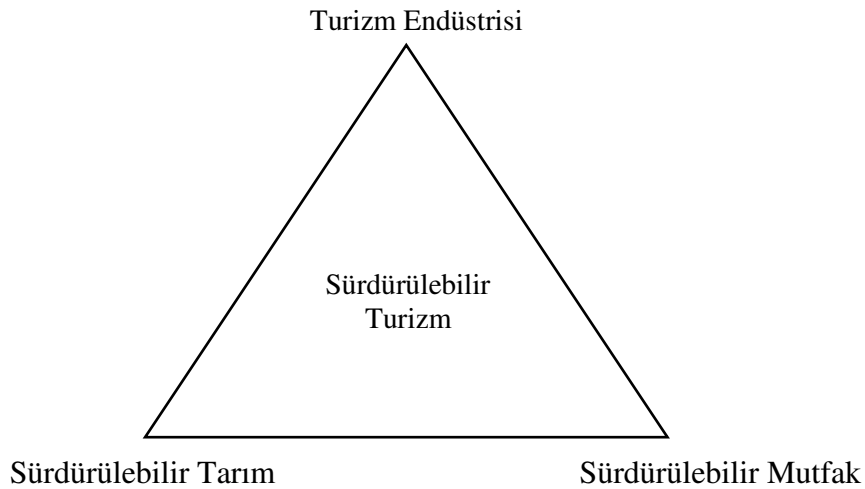
Olumsuz Etkiler	Olumlu Etkiler
• Su kirliliği	• Önemli doğal alanların korunması
• Hava kirliliği	• Arkeolojik ve tarihi yerlerin korunması
• Gürültü kirliliği	• Arkeolojik ve tarihi yerlerin korunması
• Kalabalık ve izdiham	• Çevre kalitesinin yükseltilmesi
• Alan kullanım problemleri	• Çevrenin değerinin artırılması
• Ekolojik aksaklıklar	• Altyapının geliştirilmesi
• Çevresel etkiler	
• Tarihi ve arkeolojik alanlara verilen zarar	
• Uygunsuz atık yok etme	

Destinasyon bazında sürdürülebilir turizm stratejisinin hayata geçmesinde belirleyici dört unsur öne çıkmaktadır. Bunlar; destinasyonda yaşayan yerel toplum, destinasyonun yönetiminden sorumlu yerel yönetim, hizmet üreten yerel işletmeler ve destinasyona dışarıdan gelen günübirlikçi ya da turistlerden oluşan ziyaretçilerdir. Destinasyonlar için geliştirilen hedef ve stratejiler; destinasyon ziyaretçilerinin tatminini sağlamak, yerel topluluğun uzun dönemli refahını sağlamak, yerel işletmelerin kârını ve çarpan etkisini yüksek kılmak ve yerel yöneticilerin sosyal, kültürel, çevresel maliyetler ve ekonomik fayda arasındaki sürdürülebilir dengeyi sağlama sürecinde turizmin etkilerini optimum hale getirmelerine destek olmak üzere dört başlık halinde sıralanmaktadır (Doğan 2010: 42). Sürdürülebilir destinasyon hedeflerinde başarı unsurlarından biri olan kültürel zenginlik; tarihi mirasın korunması, otantik kültüre sahip çıkılması, yerel geleneklerin ve değerlerin korunması öğelerini kapsamakta olup, destinasyona yönelik talebin ve yerel halkın refah düzeyinin artmasında etken olmaktadır (Mazilu 2012: 101). Son yıllarda ziyaretçi tercihleri ve önceliklerinin

değişmesi turizm sektöründe sürdürülebilirlik anlamında kalıcı dönüşümler yapılmasına neden olmuştur. Turistlerin son zamanlarda çevre ve doğanın korunduğu, yöreye özgü değerlerin tahrip edilmediği destinasyonları tercih ettiği görülmektedir. Yapılan araştırmalarda turistlerin seyahat bölgeleri geri bildirimlerinde dikkat ettikleri noktalar arasında temiz bir çevre, gürültü kirliliğinden uzaklık ve otantik bir ortam arayışı içinde oldukları belirtilmiştir (Alkan 2015: 6702).

### 3.3.1. Sürdürülebilir Turizmde Yerel Mutfak Ögelerinin Önemi

Sürdürülebilir turizm, kaynakların hızla tükenmeye başladığının fark edilmesinin ardından turizmde yeni bir anlayış olarak ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilir turizmin yeni bir turizm türü mü yoksa tüm turizm türlerine getirilebilecek yeni bir yaklaşım mı olduğu konusunda tartışmalar mevcuttur. Ancak bir turizm türünden ziyade, bütün türler için göz önüne alınması gerekli olan bir yaklaşım olduğu fikri daha doğru olacaktır. Sürdürülebilirlik tüm turizm türlerinde çekici unsur olan ögelerin korunabilmesi ve devamlılığının sağlanarak gelecek nesillere aktarımı için oldukça önemlidir. Sürdürülebilir turizm anlayışı içerisinde yerel yemek kültürünü yansıtan gıdalar, konaklama ve yiyecek içecek işletmelerinde sunulması öncelikli yiyecekler olmalıdır (Güneş, Ülker ve Karakoç 2008: 7). Sürdürülebilir tarım, turizm ve mutfak ile sürdürülebilir turizm arasındaki ilişki Şekil 3.1’de ifade edilmiştir (Berno 2006: 214).



**Şekil 3.1:** Sürdürülebilir tarım, turizm ve mutfak ile sürdürülebilir turizm arasındaki ilişki

Bununla birlikte son zamanlarda restorancılıkta öne çıkan kavramlardan biri olan 'çiftlikten restorana' kavramıyla turizm endüstrisinde yerel tarım ürünlerinin kullanılmasının desteklenmesi, yüksek kalitedeki turizm ürününe teşvik sağlamaktadır (Berno 2006: 212). Yiyeceklerin sürdürülebilir turizmdeki önemi çeşitli boyutlarda ortaya çıkmaktadır. Turizm bölgeleri rakipleri ile rekabet edebilmek için çeşitli turizm çekicilikleri geliştirmek zorundadır. Bir bölgenin sahip olduğu yerel mutfak, bu rekabette önemli bir avantaj sağlamaktadır. Bir bölgedeki kaliteli yiyecek içecek o bölgede turizm ürünü ve turist deneyimi olarak geliştirilmelidir. Bölgeye gelen ziyaretçilerin bu ürünlere harcadığı para, bu sektörlerin gelişmesini sağlamaktadır (Yüncü 2010: 30). Bölgedeki yemek kültürünün ön plana çıkartılması ve gastronomi ağırlıklı turizme yönelim, yerel kaynakların kullanılması açısından bölgesel kalkınmaya katkı sağlayacaktır. Gastronomi turizminin özünün mutfakta yerel bileşenlere yer verilmesi olduğunu savunan Smith ve Xiao (2008: 291), yerel malzemelerin gastronomi turizmi deneyimlerine temel olması ile güvenilir tedarikçilerin doğru miktar ve kalitede ürün sağlayabilme kabiliyetlerinin başarı için çok önemli olduğuna değinmektedir. Gastronomi turizmde tarım ve hayvancılık gibi yerel ekonomik sektörlerin ağırlık kazanması sürdürülebilirlik açısından yerel halka önemli kazanımlar sağlamaktadır. Gastronomiye yönelik turizm ile birlikte yerel besin maddeleri ve yemeklerin ön plana çıkartılması orijinallik arayan turistlerin ilgisini çekerek yerel halkın gelir düzeyinde olumlu etkilere neden olmaktadır (Yüncü 2010: 31). Yerel yiyeceklerin keşfedilmesine yönelik bir turizm türü olarak gastronomi turizmi, yerel halkı ve yerel tarımı geliştirici ve destekleyici bir yönetim içerisinde gerçekleştiğinde sürdürülebilir gastronomi turizminden bahsetmek mümkün olmaktadır. Yerel ve otantik yiyeceklerin gastronominin sürdürülebilirliği için ayrılmaz etken oluşu ile birlikte çevresel hassasiyet ile birlikte hazırlanması ve tüketilmesi, hem bedensel olarak hem de vicdani açıdan besleyici olmaktadır (Yurtseven 2011: 18). Sürdürülebilir gastronomi sosyokültürel ve çevresel nedenlerden yerel üretimi desteklemektedir. Gastronomi sistemlerinin bölgeselleştirilmesi çevresel sürdürülebilirlik, sosyal adalet ve adil ticarete katkı sağlayacaktır. Yerel yiyeceklerin sürdürülebilir turizmde katma değer özelliği kazanması, özellikle turizm bölgelerinde yerel yiyecek festivalleri, özel gıda etkinlikleri gibi gastronomi turistleri tarafından ilgiyle karşılanacak oluşumlar ile sağlanabilir (Yurtseven 2011: 21). Gastronominin turist deneyiminde oynadığı önemli rolün yanı



sıra toplumların kimlikleri hakkında bilgi kaynağı olmaya başlaması açısından da sürdürülebilirliğinin sağlanması önemlidir (Murphy ve Smith 2009: 212).



## IV. BÖLÜM

### 4. YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE YEREL MUTFAK ÖGELERİNİN KULLANIMI VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK AÇISINDAN İNCELENMESİ: İZMİR ÖRNEĞİ

#### 4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırma sorusu “Bir kültür ve turizm kenti olan; coğrafi, iklimsel özellikleri ile tarımsal ve hayvansal ürün zenginliği bulunan İzmir kentindeki yiyecek içecek işletmelerinde yerel mutfak öğeleri hangi düzeyde yer almaktadır?” şeklinde belirlenmiş olan bu araştırmanın temel amacı, yerel mutfak öğelerinin mutfaktaki üretim sürecinde ve menülerde kullanım düzeyinin ortaya konulmasıdır. Bunun yanında yerel mutfak öğelerinin yiyecek içecek işletmeleri tarafından tercihindeki motivasyon unsurları ve temininde karşılaşılan engellerin belirlenmesi, kullanımının mutfak kültürünün, gıdanın ve turizmin sürdürülebilirliğine sağlayacağı katkılar hakkında sektör çalışanlarının farkındalığının belirlenmesi ve gerçekleştirilen uygulamaların ortaya konulması araştırmanın alt amaçları olmaktadır.

İlgili literatür incelendiğinde, özellikle turistler ve tüketicilerin yerel ürünlere bakış açısını ve destinasyon tercihlerinde bölge gastronomisinin önemini ele alan birçok çalışmaya rastlanmıştır (Strohbehn ve Gregoire 2003; Sims 2009; Curtis ve Cowee 2009; Onozaka, Nurse ve McFadden 2010; Kang ve Rajagopal 2014; Zağralı ve Akbaba 2015; Birdir ve Akgöl 2015; Şengül ve Türkay 2016; Aydoğdu, Özkaya Okay ve Köse 2016; Cömert ve Özata 2016; Kılıç 2017; Şen ve Aktaş 2017). Yerel ürünlerin, turizmde önemli pay sahibi olan yiyecek içecek sektöründeki yöneticiler, şefler açısından değerlendirilmesini inceleyen çalışmaların ulusal literatürde sınırlı sayıda

olduğu görülmüştür (Hatipoğlu vd. 2013; Kızılırmak, Albayrak ve Küçükali 2014; Özdemir vd. 2015; Yarış ve Cömert 2015; Mil ve Denk 2015; Çokişler ve Türker 2015; Büyükşalvarcı, Şapcılar ve Yılmaz 2016; Çulha ve Dağkiran 2016; Şengül 2017).

Bu çalışma için İzmir ilinin seçilmesinde, tarihsel birikiminin getirisi olan çok kültürlü yapısının mutfak kültürüne de yansımalarının görülmesiyle zengin bir mutfak kültürüne sahip olması; coğrafi konumu, iklim açısından elverişli oluşunun tarımsal ve hayvansal üretim yönünden zenginliği beraberinde getirerek yerel gıda ürünlerinde çeşitliliğe sahip olması ve gastronomi turizmi dahil olmak üzere birçok turizm türüne yönelik potansiyeliyle özellikle yiyecek içecek işletmelerinde bu öğelerin ön plana çıkarılması gerekliliğinin doğması etken olmuştur. Ulusal literatürde benzer çalışmalar olarak Zağralı ve Akbaba'nın (2015), İzmir ilinin en çok turist çeken dört ilçesinde (Karaburun, Urla, Çeşme, Seferihisar) turistlerin destinasyon seçiminde yöresel yemeklerin rolünün ne olduğu üzerine 430 turistle gerçekleştirdiği anket çalışması ile Sünnetçioğlu'nun (2013) İzmir'deki restoran yöneticilerinin tüm boyutlarıyla sürdürülebilir restoran işletmeciliği üzerine yaklaşımlarının belirlenmesi üzerine katılımcı 15 restoran yöneticisiyle gerçekleştirdiği çalışmalar bulunmaktadır. Ancak Ege mutfak kültürü kapsamında İzmir ilinde yerel mutfak öğeleri-sürdürülebilirlik ilişkisi üzerine, yiyecek içecek sektörünün öncelikli mutfak şefleri olmak üzere temsilcileriyle yapılan bir araştırmaya rastlanmamış olması araştırmanın önemini ortaya koymaktadır.

#### 4.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada, yerel mutfak öğelerinin İzmir ilindeki yiyecek içecek işletmelerinde kullanım düzeyinin sürdürülebilirlikle ilişkisi içerisinde tespit edilebilmesi amacıyla, sosyal bilimlerde kullanılan nitel araştırma yöntemi belirlenmiş olup, veri toplama tekniği olarak yarı yapılandırılmış görüşme (mülakat) formu kullanılmıştır. Görüşme formu oluşturulurken, yerel ve sürdürülebilir gıda ile sürdürülebilir turizm üzerine çalışmalar incelenmiş, araştırma sorusu doğrultusunda benzer çalışmalardan da yararlanılmıştır (Özdemir vd. 2015; Sünnetçioğlu ve Yılmaz

2015; Yarış ve Cömert 2015; Çulha ve Dağkırın 2016). Görüşme formunun oluşturulmasının ardından turizm ve gastronomi alanlarında akademisyen olan iki uzmanın görüşü alınarak formun geçerliliği onaylanmıştır. Görüşme formunda 6 adet ana soru ve bunların 8 adet alt soruları olmak üzere toplamda 14 adet açık uçlu soru bulunmaktadır (Ek 1). Bu sorularda bulunan yerel mutfak öğeleri ve sürdürülebilirlik kavramları hakkında katılımcılara kısa açıklamalar yapılmıştır. Özellikle ilk olarak katılımcıların sürdürülebilirlik algısının ne olduğunun öğrenilip buna göre kavramın esas tanımı aktarıldıktan sonra görüş ve tutumlarının alınmasının daha sağlıklı bir yaklaşım olacağı ön görülmüştür. Bu çalışma için Abant İzzet Baysal Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kurulu'na, etik uygunluk başvurusunda bulunularak 2017/257 Protokol No.'lu etik uygunluk belgesi alınmıştır (Ek 2).

Araştırmanın evrenini İzmir ili merkez ilçeleri sınırlarındaki İzmir Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği'ne bağlı olan İzmir Lokantacılar ve Gazinocular Esnaf Odası'na kayıtlı olduğu oda sekreterliğinden öğrenilen belediye işletme ruhsatlı 786 adet yiyecek içecek işletmesi ve İzmir İl Kùltür ve Turizm Müdürlüğü'nün web sitesinde yer alan turizm işletme belgeli yeme içme tesisleri listesinde yer alan 65 adet yiyecek içecek işletmesi oluşturmaktadır (İzmir İl Kùltür Turizm Müdürlüğü, <http://www.izmirkulturturizm.gov.tr>, 24 Aralık 2018'de erişildi). Nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğünün hesaplanmasında belirli bir kural gözetilmemektedir. Bu çalışmada başvuru ve nitel araştırmalarda en sık kullanılan veri toplama tekniklerinden olan görüşme (mùlakat) tekniği, örneklem büyüklüğü üzerinde belirli sınırlılıkları da beraberinde getiren bir teknik olmaktadır (Yıldırım ve şimşek 2016: 118). Örneklemin belirlenmesinde evrendeki farklı durumların yansıtılabilmesi amacıyla amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitleme ve ölçüt örnekleme yöntemlerine başvurulmuştur. Çalışma kapsamında farklı işletmelerdeki durumların görülüp, değerlendirme yapılabilmesi amacıyla farklı konseptler ve büyüklüklerdeki işletmeler seçilerek maksimum çeşitleme örnekleme yöntemine başvurulmuştur. Evrende çoğunluk göstermesi ve bölge mutfağını yansıtması amacıyla balık restoranları ve Ege mutfağı sunan işletmeler, evrendeki çoğunluk ve kentin uğrak noktalarında yer alarak misafirler tarafından fazlaca tercih edilmesi sebebiyle Dünya mutfağı ve Türk mutfağı ile dünya mutfağının bir arada sunulduğu işletmeler, yarattıkları marka ile

birlikte yine misafirlerin tercihlerinde öncelikli olan zincir işletmeler tercih edilmiştir. Söz konusu örneklemedeki işletmelerden iki tanesi ise, 1. sınıf Turizm işletme belgeli işletmeler arasında yer almaktadır. Bu özelliklere uygun olarak çalışmaya katılmayı kabul eden 25 adet yiyecek içecek işletmesinin mutfak şefi/yöneticisi pozisyonundaki temsilcileri çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. Bu bağlamda şef, yardımcı şef, işletme sahibi şef, işletme sahibi ve işletme yöneticisi olan katılımcılar ile Kasım 2017/Nisan 2018 tarihleri arasında 15-45 dakika süren mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Katılımcılardan biri yüz yüze görüşmeyi zaman kısıtı nedeniyle reddetmiş, görüşme formunu mail yoluyla cevaplamayı önermiştir. Bu katılımcının önerisi kabul edilip, cevapları yazılı olarak alınmıştır. Bu katılımcı dışındaki diğer bütün katılımcılar ile mülakatlar görev aldıkları söz konusu işletmede yüz yüze gerçekleştirilmiş ve karşı tarafın izni ile ses kaydına alınmıştır. Araştırmada elde edilen verilerin analizinde, bulguları düzenlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde sunma amacıyla betimsel analiz yöntemi (Yıldırım ve Şimşek 2016: 239) ve sözcük sıklığı esasına dayanan yüzdelere indirgeme yoluyla nitel verilerin sayısal analizi yöntemi kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek 2016: 256).

#### 4.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma yönteminin beraberinde getirdiği örneklem sınırlılığı ile birlikte örneklemin belirlenmesinde, katılımcıların tutumları da rol oynamaktadır. Araştırma, örneklem kapsamında çalışmaya katılım sağlamayı kabul eden katılımcıların görüşleri ve çalışmaya ayırdıkları zaman ile sınırlıdır. Katılımcıların çalışmaya katkı sağlamaya istekli olup olmama durumuna göre görüşmeye ayırdıkları zaman değişmekte olup, verdikleri cevaplardaki detaylar da buna göre şekillenmektedir.

#### 4.4. Bulgular ve Tartışma

Katılımcılar ile gerçekleştirilen mülakatlar sonucunda elde edilen bulgular ve bunların literatürdeki benzer çalışmalar ile tartışılması bu başlık altında yer almaktadır.

#### 4.4.1. Demografik ve Tanımlayıcı Özellikler

Katılımcıların demografik özelliklerinin yer aldığı Tablo 4.1’de görüldüğü üzere, katılımcıların 8’i kadın, 17’si erkektir. Katılımcıların 12’si görüşülen yiyecek içecek işletmesinin şefidir. Görüşülen 3 yiyecek içecek işletmesinde katılımcı; işletmenin hem sahibi hem şefi, 3’ünde işletme sahibi, 5’inde de işletme yöneticisidir. Katılımcıların mesleki deneyimlerine bakıldığında; en çok 1-10 yıl arası (7 kişi) ve 21-30 yıl arası (8 kişi) mesleki deneyime sahip katılımcıların olduğu görülmektedir. Sektördeki mesleki deneyimleri 31 yıl ve üzerinde olan 4 katılımcı da görüşleri dinlenen katılımcılar arasında yer almaktadır. Genel tabloya bakıldığında ise katılımcıların %72’sinin (18 kişi) 10 yıldan fazla süredir yiyecek içecek sektöründe görev aldığı görülmektedir. Katılımcıların eğitim durumlarına yönelik olarak, %40’lık (10 kişi) büyük dilimi lisans düzeyindedir. Onu %24 (6 kişi) ile lise mezunları izlemektedir. Katılımcılardan eğitim düzeyleri ortaokul olanlar %16 (4 kişi), ilköğretim olanlar ise %12’dir (3 adet). Bunun yanında 1 katılımcı ön lisans, 1 katılımcı da lisansüstü eğitim düzeyindedir.

Görüşülen yiyecek içecek işletmeleri ile ilgili tanımlayıcı bulguların bulunduğu Tablo 4.2’de görüldüğü üzere, görüşülen yiyecek içecek işletmelerinden 4 adedi zincir işletme olmaktadır. Bunlardan 2’si İzmir merkezli, 2’si İstanbul merkezlidir. Bu zincir işletmelerden katılımcılar, yiyecek üretim sürecinde kullanılan ürünlerin genel bir satın alma birimi tarafından sağlanarak şubelere gönderilmesi şeklinde olduğunu belirtmişlerdir. Ancak K17 işletmesi İzmir merkezli ve konsept gereği Ege mutfağı odaklı olduğundan dolayı, bu işletmenin mutfağında kullanılan ürünler; özellikle kahvaltı ürünleri ve zeytinyağlı ürünler anlaşmalı yerel üreticilerden temin edilmektedir. Ayrıca K1 zincir işletmesinin menüsünde dünya mutfağı yanında Türk mutfağına da yer verilmektedir. Özellikle Gaziantep yöresinden bazı yiyecekler menüde yer almaktadır. Bu ürünlerin üretiminde kullanılan özel hammaddelerin de o bölgeden satın alımı yapılarak Türkiye çapındaki şubelere dağıtımı gerçekleştirilmektedir. Bu kurumsal işletmelerdeki yöneticilerin ya da şeflerin karar almada tam olarak söz sahibi olmadıklarını ve genel merkeze bağımlı oldukları görülmektedir. Sünnetçioğlu ve Yılmaz (2015: 105) da gerçekleştirdikleri araştırmaya katılan restoranları kurumsal ve

kurumsal olmayan işletmeler olarak ayırdıklarında, kurumsal işletmelerde işletme yöneticilerinin malzeme satın alınırken karar almada kısıtlı olduklarını görmüş, bu işletmelerde özellikle yiyecek ürünlerinin de şehir dışından geliyor olmasına dikkat çekmiştir. Curtis ve Cowee (2009: 35) tarafından yapılan bir araştırmada daha küçük ve bağımsız işletmelerin yerel yiyecek alımına daha uygun olduğu belirtilmiştir.

Tablo 4.2 incelendiğinde katılımcı işletmelerden %24'ünün (6 adet) Ege mutfağı konseptinde olduğu görülmektedir. Bunun yanında %28'lik dilimi kapsayan (7 adet) balık restoranının da Ege/İzmir mutfağını yansıttığını söylenebilmektedir. Katılımcı işletmelerden %28'i (7 adet) menüsünde yalnızca Dünya mutfağından yiyecekler bulundurmaktadır. Dolayısıyla bu işletmelerde yerel gıda ürünlerinin satın alınarak hammadde olarak kullanımı sınırlı olmaktadır. Bu durumun yeşillikler ve bazı sebze meyveler ile kısıtlı olduğu görülmüştür. İki katılımcı yiyecek içecek işletmesi ise tabloda Dünya mutfağı/balık restoranı konseptli gösterilmiştir. Bunun nedeni, aynı isim altında farklı iki konseptle şubeleri bulunmasıdır. Bu işletmeler dünya mutfağı konseptleri haricinde, balık restoranı konseptiyle bölge mutfağını temsil edebilmekte ve hem menülerinde hem de mutfakta kullanılan hammadde ürünlerdeki tercihleriyle, yerel gıda öğeleri anlamında olumlu uygulamalarda bulunmaktadır. Bunun yanında işletmelerin %20'si (5 adet) menülerinde hem Türk hem de Dünya mutfağından yiyeceklere yer vermektedir. Bu işletmeler için de yerel gıda öğelerinin kullanımının olduğu söylenebilmektedir.

**Tablo 4.1:** Katılımcıların demografik bilgileri

	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Düzeyi	İşletmedeki Pozisyonu	Mesleki Deneyim
K1	Kadın	30	Lisansüstü + Mesleki Eğitim	Şef	16 yıl
K2	Erkek	39	Lisans + Mesleki Eğitim	Şef	23 yıl
K3	Erkek	43	Lise	Şef	21 yıl
K4	Erkek	50	İlköğretim + Mesleki Eğitim	Şef	35 yıl
K5	Erkek	45	Ortaokul	Şef	28 yıl
K6	Erkek	36	Ortaokul + Mesleki Eğitim	Şef	23 yıl
K7	Erkek	43	Lise	Şef	27 yıl
K8	Erkek	35	Lise	Şef	20 yıl
K9	Erkek	36	Lisans	Şef	17 yıl
K10	Erkek	57	İlköğretim	Şef	43 yıl
K11	Erkek	30	Lisans + Mesleki Eğitim	Şef	16 yıl
K12	Erkek	42	Ortaokul	Şef	28 yıl
K13	Kadın	31	Lisans	İşletme Yöneticisi	6 yıl
K14	Erkek	64	İlköğretim	İşletme Yöneticisi	47 yıl
K15	Kadın	40	Lisans	İşletme Yöneticisi	8 yıl
K16	Kadın	36	Lisans	İşletme Yöneticisi	6 yıl
K17	Kadın	36	Lisans	İşletme Yöneticisi	4 ay
K18	Kadın	47	Lisans	İşletme Sahibi	8 yıl
K19	Erkek	40	Lise	İşletme Sahibi	26 yıl
K20	Erkek	21	Ön lisans	İşletme Sahibi	6 yıl
K21	Kadın	35	Lisans + Mesleki Eğitim	İşletme Sahibi Şef	10 yıl
K22	Kadın	30	Lisans	İşletme Sahibi Şef	7 yıl
K23	Erkek	45	Lise + Mesleki Eğitim	İşletme Sahibi Şef	34 yıl
K24	Erkek	32	Lise	Yardımcı Şef	15 yıl
K25	Erkek	38	Ortaokul	Yardımcı Şef	20 yıl

**Tablo 4.2:** Katılımcı yiyecek içecek işletmeleri ile ilgili tanımlayıcı bulgular

	İşletmenin Konsepti	İşletmenin Faaliyet Süresi	Menüde Yerel Yiyecek Bulundurma
K1	Türk-Dünya mutfakları/Zincir İşl.	10 yıl	Hayır
K2	Türk-Dünya mutfakları	2 yıl	Evet
K3	Balık restoranı	14 yıl	Evet
K4	Balık restoranı	48 yıl	Evet
K5	Dünya mutfağı	1 yıl	Sınırlı
K6	Dünya mutfağı	7 yıl	Sınırlı
K7	Dünya mutfağı	1 yıl	Hayır
K8	Dünya mutfağı/Balık restoranı	13 yıl	Evet
K9	Ege mutfağı	29 yıl	Evet
K10	Balık restoranı	8 yıl	Evet
K11	Ege-Türk mutfağı	6 ay	Evet
K12	Dünya mutfağı	3 yıl	Sınırlı
K13	Türk-Dünya mutfakları/Zincir İşl.	12 yıl	Hayır
K14	Balık restoranı	37 yıl	Evet
K15	Ege-Türk mutfağı	1 yıl	Evet
K16	Dünya mutfağı	14 yıl	Hayır
K17	Ege-Türk mutfağı/Zincir İşl.	6 yıl	Evet
K18	Türk-Dünya mutfakları	8 yıl	Sınırlı
K19	Dünya mutfağı/Balık restoranı	18 yıl	Evet
K20	Ege mutfağı	2 yıl	Evet
K21	Ege-Türk mutfağı	2 yıl	Evet
K22	Türk-Dünya mutfakları	23 yıl	Evet
K23	Balık restoranı	4 yıl	Evet
K24	Dünya mutfağı	3 yıl	Hayır
K25	Dünya mutfağı/Zincir İşl.	16 yıl	Hayır



#### 4.4.2. Menüde Ege/İzmir Yerel Mutfağından Yiyecek Bulunma Durumu

Tablo 4.2’de de görüldüğü gibi katılımcı yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yerel yiyecekleri bulundurma durumları; %60 ‘Evet’ bulundurmakta, %16 ‘Sınırlı’ düzeyde bulundurmakta, %24 ‘Hayır’ bulundurmamaktadır. Bu oran seçilen örnekleme yerel mutfağın yiyecek içecek işletmelerinde iyi bir oranda yer aldığını göstermektedir.

Katılımcı işletmelerin %76’sında (19 adet) yerel mutfaktan yiyecekler bulunmaktadır. Ancak bunların %16 (4 adet) kadarı Ege/İzmir mutfağından sınırlı sayıda yiyecek bulundurmaktadır. Görüşülen katılımcı işletmelerin 6’sı balık restoranı olmaktadır. Yerel mutfaktan yiyecekler bulundurduğunu beyan eden işletmelerin yaklaşık %40’ını da bu balık restoranları kapsamaktadır. Bunların tümünde yer alan Ege mezeleri, deniz ürünleri, balık yemeklerinden oluşan menüler bölge mutfağını yansıtmaktadır. Buradan bölge gastronomisinde önemli bir yer kaplayan balık restoranlarında, Ege mutfak kültürünün yer aldığı sonucuna ulaşılabilmektedir. K19 katılımcısı da bu çıkarıma paralel olarak aşağıdaki görüşlerini iletmiştir:

*“İzmir genelindeki yiyecek içecek işletmelerinde yerel ürünlerin kullanımı üzerine konuşacak olursak; İzmir’de balıkçılık ve balık üzerine işletmelerin fazlalığından dolayı Ege’nin yerel mutfağı ve yerel ürünleri bu işletmelerde yer bulabiliyor. Potansiyel olarak ve tüketim olarak da balık lokantalarında gördüğümüz yerel ürün çeşitliliği İzmir’de bunların kullanıldığına dair bir veri elde etmemizi sağlıyor.”*

Balık restoranı olmadığı halde Ege mutfağından yiyecekler sunan işletmeler de %60’lık (15 adet) bir dilime sahip olmaktadır. Katılımcı işletmelerin %20’sinin menüsünde hem Türk hem de Dünya mutfağından yiyecekler yer aldığı belirtilmiştir. Dünya mutfağından yiyecekler ile talepleri bu yönde olan misafirlere cevap verilirken, yerel mutfağın da ihmal edilmiyor olduğunun görülmesi umut vericidir.

#### 4.4.3. Mutfaktaki Üretim Sürecinde Yerel Gıda Ürünlerine Yer Verilme Durumu

Restoranlarda kullanılan hammaddelerin yöreden temin edilmesi yani bu çalışmadaki ifade ile mutfaktaki üretim sürecinde yerel gıda ürünlerine yer verilmesi, restoran misafirleri açısından önem arz eden bir unsurdur (Cömert ve Özata 2016: 1970). Özellikle kırsal turizm yörelerindeki yiyecek içecek işletmelerinde, yerel yiyecekler yanında, üretim aşamasında yerel malzemelerin de kullanılmasının gerekli olduğu kaydedilmiştir (Hatipoğlu vd. 2013: 6). Aynı zamanda yiyecek içecek işletmelerinin yanı sıra otel restoranlarında da yerel gıda ürünlerinin menülerde kullanımı, diğer turistik destinasyonlar arasında fark yaratıcı bir avantaj olmaktadır (Mil ve Denk 2015: 6).

Bu çalışmada katılımcıların %64'ü (16 adet) yerel gıda ürünlerini mutfaklarındaki üretim süreçlerine dahil ettiğini, %32'si (8 adet) ise yerel ürünleri sınırlı düzeyde kullandığını belirtmiştir (Tablo 4.3).

**Tablo 4.3:** Üretimde yerel gıda ürünlerine yer verilme durumu

	K1	K2	K3	K4	...	K22	K23	K24	K25	n	%
Evet		✓	✓	✓		✓	✓			16	%64
Sınırlı	✓							✓		8	%32
Hayır									✓	1	%4

Bu sınırlılık işletmede yalnızca sebze ve yeşilliklerin ya da et, peynir gibi ürünlerin yerel çevredeki üreticilerden temin edildiği ile ilişkilendirilmektedir. Yalnızca İstanbul merkezli bir zincir işletmenin şefi olan K25 katılımcısı yöneltilen soruyu olumsuz yanıtlamıştır. Bunun nedeninin de, mutfakta üretimde kullandıkları bütün ürünlerin porsiyonlu ve hazır paketli şekilde genel merkezden gönderilmesi olduğunu belirtmiştir. K21 katılımcısının bu durumu destekleyen görüşleri aşağıdaki gibidir:

*“Butik tarzdaki küçük işletmeler yerel ürün kullanımında dikkatli davranıyorlar. Ancak kurumsal işletmelerde bu pek mümkün olmuyor. Yurtdışında bu konuda daha bilinçliler, restoranların zaten kendi bahçeleri pazarları bulunuyor. Bütün olay zaten şefin etrafında döndüğünden o gün hangi ot, sebze varsa o ürünler kullanılarak birşeyler pişiriliyor. Ertesi hafta o ürünün bulunamaması bir kayıp olmuyor. Ancak*

*kurumsal işletmelerde devamlılık sağlanmak zorundadır. Türkiye’de ise, bu şekilde çalışan yerlerin bir elin parmaklarını geçmediği söylenebilir. Örneğin Mehmet Gürs, Maksut Aşkar gibi şefler bunu gerçekleştiriyorlar. Bu konuya kafa yoran, araştıran ve tedarikini bizim gibi pazardan taze olarak mevsiminde sağlayan yerler de var. Sayıları da sanıldığı kadar az değil. İzmir özelinde durumu değerlendirecek olursak tabii ki bir genelleme yapamayız ancak esasen bir çok yerde yerel ürün kullanımına dikkat edildiğini düşünüyorum.”*

Balık restoranlarında Ege mezelerinin en önemli hammaddesi Ege otları olduğundan buralarda tüketim fazla olmaktadır. K3 balık restoranı şefi de bu durumu doğrular nitelikte olarak şunları söylemiştir:

*“Yaptığımız mezelerin hammaddesi zaten bu bölgeden olduğundan doğal olarak yerel ürünler tercih ediliyor. Örneğin bir İtalyan restoranı olmadığımız için ithal ürün tedariki gibi bir zorunluluğumuz da yok.”*

Bu restoranlarda katılımcıların ifadelerine göre (K2, K3, K4, K6, K8, K9, K14, K19, K23) balıklar da çoğunlukla Ege Denizi’nden çıkan yerli balıklar olarak tercih edilmektedir. Dünya mutfakları konseptli işletmelerde bu oran düşmektedir. Hammaddelerinin çoğunluğu ithal ürün sağlayan firmalardan temin edilmektedir. Bu işletmelerde kullanılan balıklar da tedarikçi firmalar aracılığıyla sağlanan ithal balıklar olmaktadır.

Şengül’ün (2017: 220) de çalışmasında belirttiği üzere, bir bölgedeki yiyecek içecek işletmelerinin buldukları bölgenin yerel mutfak kültürünü yansıtabilmesinde ürün tedarik kaynaklarının etkisi oldukça önemlidir. Bu çalışmada mutfakta yerel ürünlere yer veren katılımcılar genel olarak ürün anlamında bölgenin çok zengin olduğunu ve yerel ürünlere ulaşmada ve tedariklerde zorluklar yaşanmadığını belirtmişlerdir. K2 katılımcısının bu konudaki örnek görüşleri şu şekilde olmaktadır:

*“İzmir ve Ege bölgesi hayvancılık, deniz ürünleri ve tarımsal gıda üretimi anlamında oldukça zengin bir yer. Ürün yelpazesinin genişliği de Ege Bölgesi’nin ve İzmir’in gastronomi turizminde farkını ortaya koymasını*

*sağlıyor. Ege denizinin iki kıyısı da mutfak kültürleri sebebiyle turist çeken yerler olmaktadır. Bu talep de arzı sağlıyor, sağlıklı ürünlere ulaşılmasını kolay hale getiriyor, devamlılık sağlıyor. Bölge coğrafi açıdan oldukça avantajlı, bu da hem bizler hem de gelecek nesiller için büyük bir şans.”*

Yarış ve Cömert'in (2015: 995) çalışmasında belirttiği gibi yerel gıda ürünlerinin mutfaklarda üretim amaçlı kullanılması ve yerel üreticilere destek sağlanması, yerel bir tedarik ağı oluşması açısından önem arz etmektedir. Katılımcıların yerel ürünlere ulaşmada zorluk çekmediğini belirtmeleri bu bölgede yerel bir tedarik ağının oluşmuş olabileceğine dayandırılabilir. Yerel tedarik ağından faydalanarak ve kendi bölgesinin ürünlerine değer vererek bunları kullanmayı seçen yiyecek içecek işletmelerinin şefleri %64'lük oran ile çoğunluk göstermektedir. Ancak işletmenin konsepti de bunda etkilidir. Yalnızca tedarik kaynaklarına yakınlık İzmir ili merkezindeki işletmelerde bu ürünlerin bütün işletmelerce kullanımında yeterli olmamaktadır. Tüketicilerin taleplerindeki farklılıklar, çeşitli konseptlerde işletmelere de ihtiyaç oluşturmaktadır. Bunlar fast food ve dünya mutfağı konseptindeki işletmeler olabilmektedir. Bu işletmelerin mutfakta üretim süreçlerinde yoğun olarak kullandığı ithal ürünlerin tedarikleri de genel olarak büyük tedarikçi firmalar aracılığıyla sağlanmaktadır.

#### 4.4.4. Mutfaktaki Üretim Sürecinde Kullanılan Yerel Gıda Ürünlerinin Temininde Karşılaşılan Engeller

Şeflerin yerel gıda algıları üzerine Özdemir vd. (2015: 421) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, uluslararası literatüre dayanılarak (Strohbehn ve Gregoire 2003; Curtis ve Cowee 2009; Kang ve Rajagopal 2014) şeflerin yerel gıdalarla ilgili olumlu algılara sahip olmasına rağmen yerel yiyecek kullanmak istediklerinde bir takım engellerle karşılaştıkları kaydedilmiştir. İlgili literatürde en çok söz konusu olan engellerin ise; istenilen ürünlerin her mevsimde bulunamaması, tedarik zorlukları (çok sayıda tedarikçi ile çalışma zorunlulukları vb.), teslimat şartlarındaki sıkıntılar, fiyat-kalite dengesizlikleri, ödemede yaşanan sorunlar ve şeflerdeki bilgi eksikliği olduğuna değinilmiştir. Öyle ki şefler paketleme, üretim maliyetleri ve ürünün ulaşılabilirliği gibi

konularda bilgi sahibi olduklarında yerel gıda ürünü almaya daha istekli olmaktadır (Strohbehn ve Gregoire 2003: 62). Mil ve Denk (2015: 6) tarafından Palandöken’de gerçekleştirilen çalışmada ise, yerel gıda ürünlerinin menülerde kullanıldığı ancak tedarikte yaşanan sıkıntılar ve maliyet kaygıları nedeniyle ulusal ve uluslararası ürünlere daha fazla yer verildiği kaydedilmiştir. Bununla birlikte Büyükşalvarcı, Şapcılar ve Yılmaz’ın (2016: 177) Konya’da yaptığı araştırmada, işletmelerde yerel yiyeceklere daha az yer verilme nedenleri; ticari kaygı ile birlikte zor ve zahmetli olup uzun süre bekletilmeyen yerel yemeklerin yapılmasında görev alacak deneyimli aşçıların bulunamadığı, müşterilerin talebine göre arzın belirlenmesi olarak öne çıkmaktadır.

Yiyecek içecek işletmelerinin yerel gıda ürünlerini satın alma taleplerinde karşılaştığı engelleri, Çulha ve Dağkiran (2016) doküman analizi şeklinde gerçekleştirilen çalışma ile sunmuştur. Bunun sonucunda karşılaşılan zorluklar; talep kaynaklı, arz/üretim kaynaklı, pazarlama/aracı kaynaklı ve tüketici kaynaklı olma üzere dört grup altında gruplandırılmıştır. Talep kaynaklı zorluklar; işletme büyüklüğü, sahiplik durumu, işletme sınıfı, yapılanma ve mülkiyet yapısı şeklinde olmaktadır. Bunun yanında işletme sorumluları ve mutfak şeflerinin tutumları ve bilgi düzeyleri, talep edilen miktarların karşılanamayacağı düşüncesi ile yıl içerisindeki doluluk oranındaki dalgalanmalar da yerel gıda ürünleri satın almada karşılaşılan engeller olmaktadır.

Yiyecek içecek işletmelerinin yerel gıda ürünü satın almada karşılaştığı engeller üzerine bu çalışmada arz yönünden karşılaşılan engeller ele alınmıştır. Arz/üretim kaynaklı bu engeller; yerel tarım sisteminin doğası, yerel ürünlerin kalitesi (lezzet ve tazelik), mevsimselliği, yüksek fiyatları, miktarı, çeşitliliği, güvenilirliği başta olmak üzere üreticilerin işletmelerle olan iletişim eksikliği, ödeme sıkıntıları olmaktadır. Yiyecek içecek işletmelerinde yerel gıda ürünlerinin kalitesi, tazeliği, lezzeti, fiyatı, özel ve eşsiz olması, ulaşılabilirliği ve güvenilirliği yönetici ve mutfak şefleri tarafından dikkate alınan satın alma ölçütleridir (Çulha ve Dağkiran 2016: 198).

Bu bilgiler ışığında arz/üretim kaynaklı engellerden en sık karşılaşılanları olarak tedarik (yerel tarım sisteminin doğası kapsamında ulaşılabilirlik), maliyet (yüksek fiyatlar), mevsimsellik ve ürün kalitesi bu çalışmada ele alınan unsurlar olarak belirlenmiştir. Bu bağlamda mutfaklarında yerel gıda ürünlerine yer verdiğini belirten 16 katılımcıya “Kullandığınız yerel gıda ürünlerinin temininde tedarik, maliyet, mevsimsellik ve ürün kalitesi anlamında engellerle karşılaşıyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Tablo 4.4’de görüldüğü üzere yerel ürün kullandığını belirten 16 katılımcının %82’si (13 kişi) yerel ürünlerde tedarik açısından zorluk yaşamadığını belirtmiştir. 3 katılımcı da soruyu ‘Bazen’ şeklinde cevaplamış ve bu zorlukların genellikle iklimsel kaynaklı bazı ürünlerin bulunamamasına ya da üreticinin elinde tükenmiş olmasıyla ilintili olduğunu ve kısa zamanda bu zorlukların aşıldığını belirtmiştir.

**Tablo 4.4:** Yerel gıda ürünü temininde başlıca engellerle karşılaşma durumu

...	K2	K3	K4	...	K19	K20	K21	K22	K23	...	n	%
Tedarik	H	B	H		H	H	H	H	H		13	%82
Maliyet	H	H	H		H	H	H	H	H		14	%88
Mevsimsellik	H	H	H		B	H	H	H	H		8	%50
Ürün kalitesi	H	B	H		B	H	H	B	H		13	%82

(H: Hayır, E: Evet, B: Bazen)

Şengül (2017), Mudurnu’daki işletmeler ile yaptığı çalışmada yerel ürünlerin tercihinde tedarik süreçlerinin memnuniyet düzeyinin oldukça yüksek olduğunu belirlemiştir. Gerçekleştirilen bu çalışmada Şengül’ün (2017) çalışmasına paralel bir durum olduğu görülmektedir. Yerel ürünlerin tedarikinde memnuniyet düzeyinin fazlalığının, tarımsal ve hayvansal üretim merkezlerine yakınlık ve yerel tedarik ağının sağlanmış olmasıyla birlikte bu ürünlerin tedarik süreçlerinde sorun yaşanmadığı söylenebilir. K14 katılımcısı bu durumu destekler nitelikte olarak:

*“Tedarikte sıkıntı yaşamamızın en önemli sebebi köklü bir işletme olmamızdır. Bu nedenle ürün kalitesine oldukça dikkat etme sorumluluğumuz bulunuyor. Yillardır güvendiğimiz belirli tedarikçiler ile çalıştığımızdan dolayı bu anlamda sıkıntı yaşamıyoruz.”*

Maliyet anlamında engeller ile ilgili sorunun yöneltildiği katılımcıların tümüne yakını (%88) sıkıntı yaşamadığını belirtmiştir. Yerel gıda ürünlerinin maliyetleri konusunda K15 katılımcısının görüşü aşağıdaki gibidir:

*“Doğal ve yöresel gıda ürünleri küçük tedarikçilerden temin edildiği takdirde maliyet açısından da sıkıntı yaşanmıyor.”*

Özellikle nadir olarak sorun yaşandığını belirten iki katılımcı (K4, K22), mevsimi dışında temin edilmek istenilen ürünlerde maliyetlerin yükseldiğini ve mevsiminde ürün kullanıldığında maliyet sorunu olmadığını belirtmiştir (Tablo 4.4). K23 katılımcısının konu hakkında şu şekilde görüşleri bulunmaktadır:

*“Üreticilere yakın konumlanmış olmakla birlikte, bu ürünleri üreticisinden almanın maliyet açısından çok daha uygun olduğunu söylemek yanlış olabilir. Manav elbette üzerine kâr koyuyor ama taze ve yerel ürüne ulaşmanın genel anlamda maliyetli olduğunu söyleyebiliriz. Örneğin şevketibostan için manav fiyatı, köylünün fiyatından yalnızca 2 tl fazla oluyor. Bu da bizler için aslında çok da bir fark yaratmıyor.”*

Mevsimsellik konusunda sorunun yöneltildiği katılımcı yiyecek içecek işletmelerinin yarısında mevsime göre menü değişikliği gerçekleştirildiği ve bu konunun önemsendiği görülmüştür. Yerel ürün kullandığını belirten 16 katılımcı işletme baz alınacak olduğunda, bunların %82’si (13 adet), ürünlerde mevsimselliğe önem verdiğini belirtmiştir. Bunun yanında katılımcılar tarafından bu 13 işletmenin %50’sinde (8 adet) mevsimsel menü değişikliği yapıldığı belirtilmiş, böylece mevsimsellik yönünden yaşanabilecek sorunların yaşanmadığı ifade edilmiştir (Tablo 4.4). Ancak mevsime göre menü değişikliği yerel gıda ürünlerinin ulaşılabilirliğine yönelik olabildiği gibi, farklı düşüncelerle de gerçekleştirilebilmektedir. Konuyla ilgili Ege yerel mutfağı konseptindeki bir işletmenin şefi olan K9 katılımcısı:

*“Mevsime yönelik menü değişimi yapıyoruz. Ancak istediğimiz ürünleri herhangi bir mevsimde bulabildiğimizden ötürü menü değişikliği ürünler baz alınarak gerçekleşmiyor. Sadece tüm restoranlar için geçerli olan senede iki kere menü değiştirme durumu var. Değiştirmeyen işletmeler de*

*var tabii ki. Ancak biz sürekli kendini yenileyen bir restoran olma misyonundayız.”*

şeklinde görüş belirtirken K8 katılımcısı ise ürüne yönelik menü değişimi gerçekleştirdiklerini belirtmektedir:

*“Bu işletmede mevsimselliğe tabii ki dikkat ediliyor. Şöyle ki şu anda çanak enginarın mevsimi başladı. Dondurulmuş ürün tercih etmek istemiyoruz. O nedenle mevsime göre menü değişikliği yapıyoruz. Burada 6 ayda bir gibi menü değişikliği yapılıyor. İlkbahar-Yaz, Sonbahar-Kış adı altında iki menü şeklinde diyebiliriz. Menü değişiminin ana nedeni zaten mevsimindeki ürünlere geçiş yapabilmek, ilk olarak bu baz alınıyor.”*

İki katılımcı, mevsimsel menü değişikliğinin yanında özellikle fazla talep gören bazı ürünleri mevsiminde bolca alıp vakumlama ve şoklama yöntemiyle yıl boyunca kullanabildiklerini belirtmiştir (K9, K23). Özellikle Ege otlarının mevsimlere göre çeşitlilik gösteriyor oluşu, bunlara menüsünde yer vermeyi tercih eden yiyecek içecek işletmeleri için, mevsiminde alternatifler bulunmasına olanak sağlamaktadır.

Yerel gıda ürünlerinin kalitesi (lezzet ve tazelik), yerel ürünlerin kullanımı konulu çalışmalarda ön plana çıkan bir unsur olmakla beraber örnekleme göre engel ya da tercih sebebi olarak karşımıza çıkabilmektedir. Yerel ürünlere mutfaklarında yer veren 16 işletmenin 13’ü (%82) bu ürünlerin kalitesi yönünden sorun yaşamadığını belirtmiştir. Böylece menüde sunulan tabakların standardının korunması anlamında da sorun yaşanmadığı söylenebilir. Soruya ‘Bazen’ yanıtını veren üç katılımcı nadir olarak ürün kalitesinde sorunlar yaşanabildiğini ancak kısa süreli olup, hızlı bir biçimde bunların çözülebildiğini kaydetmiştir.

Birçok örneklem için sıkça sözü geçen ortak engeller bulunmasının yanında, çeşitli çalışmalarda örneklem değişikliği ile birlikte, yörenin mutfak kültürü ve yerel gıda ürünlerindeki farklılıklar ile birlikte üretim kapasitesi ve şartlarının gösterdiği değişkenlikler sonuçlara yansıyan etkenler olmaktadır. Bu çalışmadaki örneklemin coğrafi ve iklimsel özellikleri ile birlikte tarım, hayvancılık ve balıkçılık faaliyetlerinin



yapılması ve yiyecek içecek işletmelerinin bu ürünleri talep ediyor oluşu doğrultusunda arz talep dengesi sağlanmış, tedarik ağı gelişmiştir. Böylece yerel ürünlere ulaşmada engel olarak belirlenen unsurlar, bu çalışmanın gerçekleştirildiği örneklem için engel olmaktan çıkmıştır.

#### 4.4.5. Yiyecek İçecek İşletmelerinde Yerel Gıda Ürünlerini Tercih Sebeplerini Etkileyen Unsurlar

Bir önceki başlıkta bahsedildiği gibi ürün kalitesi, yiyecek içecek işletmelerinin yerel gıda ürünü tercihlerinde engel olabildiği gibi öncelikli tercih sebebi de olabilir. İşletmelerde yerel gıda ürünlerinin tercih sebeplerinde ürün kalitesi yönünden en fazla ‘Tazelik’ ve ‘Lezzet’ unsurları etkili olmaktadır. Yerel ürün tercih sebeplerinin belirlenmesi amacıyla yerel gıda ürünlerini mutfaklarında kullandığını belirten 16 katılımcıya yöneltilen bu soru ile birlikte, katılımcıların yanıtları doğrultusunda 5 tema (lezzet, tazelik, işletme konsepti, menü devamlılığı, müşteri talebi) oluşturulmuştur. Tablo 4.5’te görüldüğü üzere yerel gıda ürünlerini en önemli tercih nedeni %75’lik oran ile ‘Lezzet’ unsuru olmaktadır. Bunu %62,5’lik oran ile ‘Tazelik’ unsuru izlemektedir. Özdemir vd.’nin (2015: 429) şeflerin yerel yiyeceğe ilişkin algılamaları üzerine yaptığı araştırmada da, şeflerin yerel yiyecekleri taze, kaliteli ve lezzetli olarak algıladıkları ve satın alma motivasyonlarının bu özellikler ile pozitif yönde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Cömert ve Özata’nın (2016: 1970) tüketicilerin yöresel restoranları tercih etme sebeplerini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdiği çalışmada katılımcıların restoran seçimlerindeki en önemli unsur lezzet olmuştur. Katılımcılar yerel gıdaların daha lezzetli olduğunu düşündüklerini belirtmiş ve bu ifadeleri yerel gıdanın taze ve güvenilir bulunması takip etmiştir. Yerel gıdanın lezzetli oluşu, mevsiminde tüketildiğinden daha sağlıklı olduğu algısı doğrultusunda bulunan yüksek besin kalitesine bağlanabilmektedir (Miroso ve Lawson 2012: 818). Kelemci Schneider ve Ceritoğlu (2010: 34) da önceki çalışmalara dayanarak yerel ürünün tazelik, lezzet ve çevreye duyarlı üretiliyor oluşu gibi özellikleri ile öne çıktığını belirtmiştir. Selfa ve Qazi (2005), Amerika’nın Washington eyaletinde gerçekleştirdikleri çalışmanın sonucunda, kentsel ve kırsal bölgelerdeki tüketicilerin büyük çoğunluğunun lezzet ve

tazelik olmak üzere gıdaların kalitesine dayalı satın alma kararları verdiğini ortaya koymuşlardır.

**Tablo 4.5:** Yiyecek içecek işletmelerinde yerel gıda ürünlerini tercih sebeplerini etkileyen unsurlar

	...	K2	K3	K4	...	K20	K21	K22	K23	...	n	%
Lezzet		✓	✓	✓		✓		✓	✓		12	%75
Tazelik		✓	✓	✓			✓	✓	✓		10	%62,5
İşletme Konsepti						✓	✓				8	%50
Menü												
Devamlılığı		✓	✓				✓		✓		6	%37,5
Müşteri Talebi						✓			✓		3	%18,75

Zağralı ve Akbaba (2015), İzmir'in turistik ilçelerinde turistlerin destinasyon seçiminde yöresel yemeklerin rolü üzerine gerçekleştirdikleri çalışmada, yerli ve yabancı turistlerden yerel yemeklere işletmeler tarafından daha fazla önem verilmesi gerektiği ifadesinde bulunanların yüksek bir yüzdede yer aldığını belirtmiştir. Ancak yerel ürünlerin tercih motivasyonu işletmelerde talepten ziyade içsel odaklıdır. Satın alma sorumluları ile yapılan bir araştırmada yerel ürün tercih sebeplerinin sırasıyla; daha çok yerel üretici ve ürünlerin olması, ürün çeşitliliği, rekabetçi fiyatlar ve daha iyi teslimat koşulları olduğu görülmüştür (Yarış ve Cömert 2015: 992). Yerel gıda öğelerini talep eden tüketiciler, bu yiyecek içecek işletmelerini tercih etmekte, farklı talepleri olanlar ise diğer konseptlere yönelmektedir. Bu nedenle işletmede yerel ürünlerin tercih sebebinin altındaki en önemli unsurlardan bir tanesi de işletmenin konsepti (%50) olmaktadır (Tablo 4.5). Müşteri talebi ve işletme konsepti üzerine K8 katılımcısının görüşleri şu şekildedir:

*“İzmir’de lokasyon olarak bizim gibi böyle deniz kenarında bir işletmede tabii ki yerel ürünlere talep olabiliyor. Ancak zaten Ege bölgesindeki her ürünü menüye dâhil edebilmemiz olanaksız. Çünkü bu aynı zamanda konsept meselesi.”*

Bölge mutfağını, yerel ve taze ürünleri servis etmek isteyen işletmeler doğal olarak bu ürünleri üretim süreçlerine dahil etmektedir. Bölgede yerel gıda ürünlerine kolay ulaşılabilirlik ile birlikte birçok işletme tarafından bu ürünler menüde bulunan yiyeceklerin üretim aşamasında hammadde olarak kullanılmaktadır. Dolayısıyla menünün devamlılığı da yerel ürün kullanımında %37,5 oranla etkili bir unsur

olmaktadır. Son olarak Tablo 4.5'te görüldüğü gibi yerel gıda ürünlerinin mutfakta yer almasında, müşteri talebi %18,75'lik oran ile üç katılımcı tarafından dikkat edilen bir diğer unsurdur.

#### 4.4.6. Yiyecek İçecek İşletmelerinin Mutfaklarında Yerel Gıda Ürünleri Tercihinin Sürdürülebilirlik Açısından Önemi ve İşletmelerin Tutumları

Küreselleşme sayesinde dünyanın diğer ucundaki ürünlerden haberdar olunmakta ve bunlara kolaylıkla ulaşılabilmektedir. Ancak bu durumla birlikte uzak mesafelere ulaştırmada doğal çevre için sakıncalı olan karbon ayak izi sorunu baş göstermektedir. Yerel gıda ürünlerinin çevresel anlamda sürdürülebilirlik olgusuna katkısı da yakın çevrelerden geliyor oluşunda yatmaktadır. Bunun yanında belirli bir yöreye ait ürünlerin; maliyet, uzaklık ve zaman anlamında daha ulaşılabilir oluşu ile birlikte asıl özelliği ve lezzeti de kendi yöresi içerisinde üretilip, tüketiliyor olmasıdır. Özellikle sürdürülebilirlik söz konusu olduğunda, balık tüketimi fazla olan bir kıyı şehrinde yaygınlık gösteren balık restoranlarında balık nesillerinin sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi adına mevsiminde avlanan balık, av yasakları gibi konuların da göz önüne alınma düzeyi önemlidir.

Katılımcılara ilgili soru yöneltildiğinde öncelikle sürdürülebilirlik algılarının ne olduğu anlaşılacak istenmiştir. İki katılımcı sürdürülebilirlik kavramını, işletme içi ve sektörel anlamdaki iş gücü devamlılığı şeklinde algıladığını aktarmıştır. Usta-çırak ilişkisine dayanan aşçılık mesleği, üniversitelerde gastronomi bölümlerinde okuyan öğrencilerin yüksek beklentileri dolayısıyla, mezun olduklarında aşçılık mesleğini yapmak istememeleri ile devamlılık gösterememeye başlamıştır. Usta şefler tarafından yetişmeye hazır eleman bulunmasında ve mesleğin devamlılığının sağlanmasında problemler yaşandığı aktarılmıştır. Halbuki eğitimli aşçılar sektörde yer aldıklarında sürdürülebilirlik, yerel ürün gibi farkındalık gerektiren konularda bilinçli uygulamalar gerçekleştirilebilirler. K14 katılımcısının bu konudaki görüşleri şu şekildedir:

*“Sürdürülebilirlik oldukça önemli bir konu, bu işte sürdürülebilirliği sağlamanın yollarından biri de alttan eleman yetiştirebilmek. Türk mutfağında bu sıkıntı başladı. Aşağıdan insan gelmiyor. Yeni gençlik,*

*mutfakta çalışmanın çok özveri gerektirdiğinin ne yazık ki çok da farkında değil. Türk mutfağında devamlılık, bu lokantalarımızı sürdürdüğüümüz sürece var, annenin yemeklerini yapabiliyorsan var demektir. Sürdürülebilirlik, tamamen büyüğüyle, küçüğüyle, devletimizle hep birlikte gerçekleştirebileceğimiz bir olgu. Bizler de kendi açımızdan sürdürülebilirliğe katkı sağlayabilmek için komi olarak işe aldığımız elemanları yetiştirme çalışmaları gerçekleştiriyoruz, ayrıca okullardan gerçekleştirilen müracaatları elimizden geldiğince kabul edip; stajyerlere, genç öğrencilere yardımcı olmaya çalışıyoruz. Yeterli olmasa da...”*

Diğer katılımcılardan bazılarının sürdürülebilirlik algısına bakılacak olduğunda ise kavramın işletmenin, menünün ve iyi hizmetin devamlılığı şeklinde değerlendirildiği görülmüştür. K22 katılımcısı bu konuda şu ifadeleri aktarmıştır:

*“Günlük menümüzde sürdürülebilirliği arttırılabilecek ürünler tercih sebebimiz olurken aynı zamanda à la carte menüde menü devamlılığını da sağlamak zorundayız.”*

Katılımcıların sürdürülebilirlik algılarının öğrenilmesi ile birlikte sonuç olarak, yaklaşık %16’sı tarafından kavramın ‘devamlılık’ şeklinde algılandığı sonucuna ulaşılmıştır. Lehtinen’in (2012) restoranlarda yerel gıda kullanımı üzerine sorunlar ile tedarikçi ve alıcılar açısından sonuçların belirlenmesi amacıyla Finlandiya’da gerçekleştirdiği çalışmada, gıda sektöründe sürdürülebilirlik uygulamalarına yönelik deneysel deneyime ihtiyaç duyulduğu, sürdürülebilirliği tanımlayan kriterlerin belirsizliğini koruduğu sonuçları elde edilmiştir. Benzer olarak bu çalışmada da sürdürülebilirliği belirleyen kriterlerin katılımcıların zihninde belirsizlik göstermesi nedeniyle, sürdürülebilir uygulamaların gerçekleşebilmesi için belirli bir farkındalığın sağlanması ve deneyim konusunda eksiklikler bulunduğu söylenebilmektedir. Buna rağmen sürdürülebilirlik birçok disiplini kapsayan bir kavram olduğundan katılımcıların sürdürülebilirlik hakkındaki farkındalıklarına tamamen yetersiz demek haksız bir tabir olabilir. Ancak bu çalışma kapsamında sürdürülebilirliğin yerel gıda ürünleri çerçevesinde değerlendirilmesi istendiğinden, katılımcılara bir ön açıklama yapıldı

bunun üzerine tutumlarının sorulmasının daha sağlıklı bir yaklaşım olacağı düşünülmüştür. Bunun üzerine sürdürülebilir gıda ve yerel gıda ilişkisi kısaca açıklanmış ve bu anlamda katılımcı işletmelerin amaçları arasında sürdürülebilirliğe katkının olup olmadığı sorulmuştur. Sürdürülebilirliğe katkı söz konusu olduğunda kişisel görüşler ve işletmelerdeki tutumlar farklılık göstermektedir. Katılımcılardan %28'i (7 kişi) soruyu yanıtlamamıştır. %72'lik dilimi kapsayan geriye kalan katılımcılar (18 kişi), soruyu iki etapta yanıtlamıştır. Öncelikle katılımcıların %64'ü (16 kişi) işletmelerde hammadde olarak yerel gıda ürünlerinin tercih edilmesini kişisel olarak önemli bulduğunu belirtmiştir. Ancak işletmenin konsepti, sahibi ya da yöneticisinin tutumu gibi etkenler ile birlikte sürdürülebilirliğe katkı sağlamak ve bu sebeple yerel gıda ürünlerini tercih etmek işletme amaçları arasında olmayabilir. İşletme politikalarında sürdürülebilir gıdaya katkının hedefler arasında olup olmadığının belirlenmesi üzerine; sürdürülebilirliğe katkı sağlama amacıyla olduğunu belirten işletmeler %12 (3 adet) olmuştur. Sürdürülebilirliği amaçları arasında görmediğini belirten ancak yerel ürünleri mutfaktaki üretim süreçlerine dahil ettiği tespit edilen işletmeler %44'lük (11 adet) dilimi kapsamaktadır. Bu işletmeler tarafından yerel ürün kullanımında sürdürülebilirlik hedef olarak belirlenmemesine rağmen, sürdürülebilirliğe katkı sağlandığı görülmektedir. Sürdürülebilirliğin önemi hakkında kişisel görüş bildirmeyen iki katılımcı, görev aldıkları işletmede sürdürülebilirliğe dair bir amaç ve katkının da olmadığını söylemiştir.

Sürdürülebilirlik konusunda, K2 katılımcısının görüşleri dikkat çekmektedir:

*“Sürdürülebilirliğe katkı sağlanabilmesi için yerel ve doğal ürünlere teşvik gerekiyor evet ancak bu bir bakıma talep meselesi. Talep olduğu müddetçe arz da devam edecektir. En ufak çiftçisi, hayvancısı, balıkçısı bu ürünlerin talebi olduğunu idrak ettiğinde arzı da yaratacaklardır. Tabii bir yandan doğal dengeyi bozan kimyasallar, fabrika atıkları, hayvansal atıklar vs. çok fazla. Bunlar da bu döngünün içerisinde dikkat edilmesi gereken konular. Toplumsal bilinçlenme sayesinde hayvansal ve bitkisel gıdalarda sürdürülebilirlik sağlanabilir. İzmir ve Ege bölgesi Türkiye'nin turizme açılan kapısıdır. Aynı zamanda hem hayvancılık, hem deniz ürünleri hem de tarımsal gıda üretimi anlamında çok zengin*

*bir yer. Ürün yelpazesinin genişliği de Ege bölgesinin ve İzmir'in gastronomi turizminde farkını ortaya koymasını sağlıyor. Ege denizinin iki kıyısı da mutfak kültürleri sebebiyle turist çeken yerler. Bu talep de arzı sağlıyor, sağlıklı ürünlere ulaşılmasını kolay hale getiriyor, devamlılık sağlıyor. Bölgenin coğrafi avantajı dolayısıyla sürdürülebilirliği yüksek bir bölgede yaşıyoruz ve burada bu işi yapıyoruz. Bu da hem bizler hem de gelecek nesiller için büyük bir şans.”*

Aynı zamanda sürdürülebilirliği ilk olarak sektördeki iş gücünün devamlılığı şeklinde yorumlayan K14 katılımcısının, sürdürülebilir gıda kavramı kısaca açıklandıktan sonra aktardığı düşünceleri şu şekilde olmaktadır:

*“Lağostan örnek verecek olursak, şu an nesli tükenme tehlikesiyle av yasağında olan bu hayvanı avlayıp; servis etmek ileriki yıllarda bu balığın yok olmasına yol açacağından ileride hiç yiyememektense 4 senelik yasak süresince fedakarlık yapabilmek çok önemli. Bilinçsiz avlanmayla ilgili bir konu bu. Türkiye’de bilinçsiz avlanma çok yaygın olduğundan, balık lokantası olarak bizler de sıkıntı çekiyoruz. Bu şekilde giderse ileriki nesiller bu ürünleri hiç tanıyamayacak.”*

K8 katılımcısı da bu konuda şunları söylemiştir:

*“Olmaması gereken bir şey, oldukça mantıklı bir soru. Şöyle örneklendireyim, örneğin maskulin diye bir ürün var karışık yeşillik yapraklarından oluşan bir ürün, fiyatı 21-22 tl. İthal yeşillik türleri de mevcut oluyor içinde. Ama bakıldığında biz Ege’de yaşıyoruz. Zaten her tarafımız ot dolu, onları alıp bir salata yapmak çok daha güzel ve özel. Bana sorarsan kişisel olarak ben tabii ki yerel ürünleri tercih etme taraftarıyım, Ege zaten bu konuda oldukça zengin bir bölge.”*

K8 katılımcısı şef, konu hakkında bilinçli ve bu şekilde uygulamalar ile kişisel anlamda işletme yönetimi ve konsepti sınırlılığında sürdürülebilirliğe katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Son olarak K15 katılımcısının da konu hakkındaki görüşleri önemlidir:

*“Bu ürünleri ne kadar fazla tercih ederseniz o ölçüde sürdürülebilirliğini sağlamış olursunuz. Kendi yerel ürünlerimize ve üreticilerimize destek çıkmak bu ürünlerin sürdürülebilirliğine katkı sağlar. Örneğin kinoa yerine; siyez bulguru, kuru börülce, yeşil mercimek gibi kendimize ait ürünlerin kullanımı bu açıdan önemli. Bu ürünlere talebi arttırdığımızda sürdürülebilirliği de sağlamış oluruz.”*

Sünnetçioğlu ve Yılmaz (2015: 110) İzmir ilinde restoran yöneticilerinin sürdürülebilirlik algısı üzerine gerçekleştirdikleri çalışmada, sürdürülebilirlik kavramının genel algılanma şeklinin ‘devamlılık’ olduğunu belirtmiş ve bilgi eksikliği olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Görüşülen katılımcıların bir kısmı tarafından (%16) sürdürülebilirlik kavramı algısı Sünnetçioğlu ve Yılmaz’ın (2015) çalışmasıyla paralel özellik göstermektedir. Sürdürülebilirlik kavramının bu çalışmada yer alan yerel gıdalar kapsamında değerlendirilmesi istendiğinde yukarıda yer verilen katılımcı görüşleri umut verici olmaktadır. Sünnetçioğlu ve Yılmaz (2015: 107) mülakat gerçekleştirdikleri restoran yöneticilerine sürdürülebilirliğe katkı sorununun kim tarafından çözülmesi gerektiği sorusunu sorduklarında; restoranların sürdürülebilirliğe tek başlarına çok fazla bir katkılarının olamayacağı görüşünün çoğunlukta olduğunu kaydetmişlerdir. Bu çalışmada da katılımcılar benzer ifadelerde bulunmuşlardır. Özellikle balık avı ve yasaklar konusu başta olmak üzere, bu konularda devlet ve belediyeler tarafından bir takım denetlemelerin yapılması ya da sıklaştırılması gerektiği konusunda görüş bildiren katılımcılar bulunmaktadır (K3, K14, ...). Aynı zamanda Ilbery ve Maye (2005), İskoç-İngiliz sınırındaki küçük kırsal işletmelerin örnekleme oluşturduğu, gıda zinciri, sürdürülebilir tarım ve yerel gıda üzerine gerçekleştirdikleri çalışmanın sonucunda işletmelerin sürdürülebilir olmadığını ortaya koymuşlardır. Belirtilen örneklemin sürdürülebilir uygulamalara yatkın oluşu ancak sonuç olarak yine de sürdürülebilir uygulamaların olmaması dikkat çekicidir. Bu çalışmada her ne kadar örneklemin şartları açısından farklılıklar bulunsa da işletmelerde sürdürülebilir gıda üzerine uygulamalarda benzer sonuca varılmıştır. Buradan sürdürülebilir uygulamaların temelinde ulaşılan farkındalık seviyesinin yattığı anlaşılmaktadır.

#### 4.4.7. Yiyecek İçecek İşletmelerinin Menülerinde Yerel Mutfaktan Yiyeceklerin Sunulmasının Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği Açısından Önemi ve İşletmelerin Tutumları

Kültürün sürdürülebilirliği için, toplumların tarih boyunca oluşturdukları maddi ve manevi tüm öğelerin gelecek nesillere aktarımı sağlanmalıdır. Bir bölgede yaşayan halkın sosyokültürel yapısına saygı gösterilerek, geçmişten bu güne taşıdığı kültürel mirası ve geleneksel değerlerinin korunmasının amaçlanmasıyla kültürlerin sürdürülebilirliği sağlanabilir (Üner 2014: 13). Bir yörenin gastronomisi bölge kültürünü yansıtan en önemli etkenlerden biri olduğundan, kültürlerin gelecek nesillere aktarımında öncelikle gastronomik mirası büyük bir pay sahibi olmaktadır.

Gastronomik miras ve bunun sürdürülebilirliğinin sağlanması üzerine Kaşlı vd.'nin (2015: 27) ortaya koyduğu çalışmada, mutfak kültürünün sürdürülebilirliği için geleneksel mutfak kültürünün araştırılarak, yazılı hale getirilmesinin önemi vurgulanmıştır. Kızıllırmak, Albayrak ve Küçükali (2014: 82) tarafından doğal güzellikleri ve Karadeniz mutfak kültürü ile çekim merkezi olan Trabzon-Uzungöl'de gerçekleştirilen çalışmada, mutfak kültürünün sürdürülebilirliği için; yöresel yiyeceklere menülerde daha fazla yer verilmesi ve bunların menü kartında mutlaka belirtilmesi gerekliliği üzerinde durulmuştur. Özkök ve Gümüş (2009: 68) ise, turizmde sürdürülebilirliğin sağlanabilmesinde öncelikle yerel halkın bilgi sahibi olması gerektiğini belirtmişlerdir. Aynı zamanda kültürün sürdürülebilirliği için bilgi teknolojilerinin gerekliliği ve sağlayacağı kolaylıktan bahsetmişlerdir. Yurtseven (2011: 17) gelecek nesillere mutfak kültürünün aktarılmasında, yerel mutfak öğelerinin üretiminin devamlılığının sağlanmasının gerekliliğini vurgulamıştır. Bu bağlamda yiyecek içecek işletmelerine büyük bir görev düşmektedir. Aynı zamanda tarımsal üretimle uğraşan bölge halkına katkı sağlanmış olacağından, mutfak kültürünün sürdürülebilirliğini sağlama çalışmaları genel anlamda sürdürülebilir turizmin gerçekleştirilmesinde de önemli bir role sahip olmaktadır. Bununla birlikte mutfak kültürünün turizm ürünü haline getirilerek, sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi konusunda geleneksel pişirme tekniklerinin korunması önem arz eden başlıca etkenlerden biri olmaktadır (Çoşışler ve Türker 2015: 128).



Katılımcılara yöneltilen son soruya verilen cevaplarla mutfak kültürünün sürdürülebilirliği kavramına verilen önem tespit edilmeye çalışılmıştır. Soruyu cevaplayan katılımcıların tümü mutfak kültürünün sürdürülebilirliğinin önemli olduğunu vurgulamıştır. Özellikle mutfak şefleri konu hakkında farkındalık sahibidir. Ancak işletmenin genel konsepti, işletmecinin ya da işletme markasının tutumları doğrultusunda, mutfaklarda farklı uygulamalar gerçekleştirilmektedir. Konseptleri gereği Türk mutfağı çalışmayan işletmelerin doğrudan böyle bir amaç gütmeye çalıştığı söylenebilmektedir. Bu duruma örnek olarak K7 katılımcısı şunları söylemiştir:

*“Ben tabii ki kendi adıma mutfak kültürünün sürdürülebilirliğini oldukça önemli buluyorum. Benim elimde olsa şu anda çalıştığım işletmede çok daha fazla yerel ürün kullanır ve yerel mutfağa menüde yer veririm. Ancak bizim işletmemiz henüz 1 senelik, talebi yoklamadan bu ürünlere menüde yer vermek riskli olur diye düşünüyorum. İşletme yönetimi tarafından da mutfak kültürünün sürdürülebilirliği olmazsa olmaz bir konu değil. Şu anda Türkiye genelinde de restoran kültüründe bunun olmadığını söyleyebilirim. Yerel mutfağa ait yiyeceklerin restoranlarda servis edilmesi bazen küçümsenebiliyor, daha halka yönelik işletmelerde bu ürünler tüketiliyor.”*

K19 katılımcısı da şu şekilde görüş bildirmiştir:

*“Mutfak kültürü olarak insanların ve gençlerin fast food’a yönelmesinden dolayı ne yazık ki devamlılığı (sürdürülebilirliği) çok da sağlanamıyor. Çünkü aksi yönde bir talep mevcut. Bu bilincin oluşması biraz daha yaşın almasına bağlı olabiliyor.”*

Katılımcıların tümü bireysel olarak mutfak kültürünün sürdürülebilirliğinin önemli olduğunu düşünmelerine rağmen, yukarıda belirtilen sebeplerle birlikte işletmelerin %36’sında (9 adet) mutfak kültürünün sürdürülebilirliğine katkının amaçlanmadığı tespit edilmiştir. Katılımcıların %28’i (7 kişi) ise, yöneltilen soruya ‘Evet’ cevabı vermiş; mutfak kültürünün sürdürülebilirliğine katkının işletmenin amaçları arasında olduğunu belirtmiştir. Örneğin; K1 zincir işletmesinin şefi, şimdilik Ege mutfağından bir ürünleri olmadığını belirtmiştir. Ancak sürekli değişen menülerinde, dünya mutfağı yanında Türkiye’nin yerel mutfaklarına da yer verilme

düşüncesi ve yapılan uygulamalarla işletmenin Türk mutfağının sürdürülebilirliğine katkı sağlamaya çalıştığını söyleyebilmek mümkündür. Bunun yanında Ege mutfağı konsepti üzerine bir yiyecek içecek işletmesinin şefi olan K9 katılımcısı ise, Ege mutfağı ve otları üzerine kitap çıkardıklarını belirterek mutfak kültürünün sürdürülebilirliğine ellerinden geldiği ölçüde katkıda bulunmayı amaçladıklarını kaydetmiştir. Aynı zamanda görüşülen işletmeler arasında %24'ünün (6 adet), işletme tarafından böyle bir amaç belirlenirse de yerel mutfak öğelerinin sunumuyla bu amaca katkı sağladığı tespit edilmiştir. Bu işletmeler de çoğunlukla balık restoranları olmaktadır. Katılımcıların %12'si (3 kişi) işletme olarak mutfak kültürünün sürdürülebilirliğine katkı sağlama amacıyla olduklarını belirtse de, gözlem ve daha önceki ifadelerine dayanılarak bu durumun sınırlı ölçüde dikkate alındığı sonucuna varılmıştır.

## V. BÖLÜM

### 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bölgelerin kendi yerel gastronomi unsurlarının farkında olup, restoranlarında bu ürünlere yer vermeleri bölge kalkınması açısından önem arz etmektedir. Bu yerel gıda öğelerine hak ettikleri önem atfedilerek korunduğu, kayıt altına alındığı süreçte sürdürülebilirlikleri sağlanabilmektedir. Bu ürünlerin tüketimi üreticilerin bu ürünleri üretmeye devam etmesine, misafirlerin talebi restoranların mutfaklarında ve menülerinde bu yiyeceklere yer vermesine ortam hazırlamaktadır. Böylece yerel mutfak öğelerinin gelecek nesillere aktarımında adımlar atılmış olmaktadır.

Özellikle son zamanlarda dünya üzerinde birçok bölgede şefler yerel gıda ürünlerine ve yerel mutfaklara hak ettiği değerin verilmediğini fark etmeye başlamıştır. Bunun üzerine kendi bölgelerinin ürünlerini ön plana çıkarmaya ve yerel mutfaklarını tanıtmaya yönelik hareketler başlatmışlardır. Çeşitli yerel mutfakların farklarını ortaya koyarak bunların korunması üzerine yapılan etkinlikler ile tanıtımı açısından sağlanan faydaların yanı sıra o bölge için de ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik ilkeleri sağlanmış olmaktadır.

Bu çalışmada, deniz turizminin yanı sıra tarihi ve kültürel zenginliği ile de yoğun turist çeken bir şehir olan İzmir’de yiyecek içecek işletmelerinde yerel mutfak öğelerine yer verilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Özellikle bu ürünlere yer verilmesinin turizmde sürdürülebilirlik konusuyla yakından ilişkili olması nedeniyle bu ürünlerin turizmin önemli bir parçası olan yiyecek içecek işletmelerinde yer alması oldukça önemlidir. Bu nedenle katılımcıların yerel gıda ürünleri tercih nedenleri, satın almada karşılaştıkları engeller, sürdürülebilirlik-yerel gıda ilişkisi hakkındaki farkındalık düzeylerinin ortaya konulmak istendiği bu çalışmanın sonuçlarına göre; mutfak şefleri bölgenin yerel gıda ürünleri hakkında bilgi sahibidir ve bunlara

işletmelerinde yer verme konusunda isteklidir. Ancak şefler her ne kadar istekli de olsa bazı işletmelerin öncelikle konsepti, işletme politikaları, yöneticilerinin kararları gibi etkenler ile birlikte bu ürünler yerine ithal ürünler tercih edilebilmektedir. Mutfaktaki üretim sürecinde (%32'si sınırlı düzeyde olmak üzere toplamda %96) ve menülerde (%76) yerel mutfak öğelerine yer verilme düzeyinin ortalama üstü değerlerde olduğu bu çalışma ile tespit edilmiştir. Yerel mutfak öğelerine yer veren işletmelerin çoğunlukta olması yanında elbette ki farklı konseptteki işletmelere de talep olmaktadır. Özellikle dünya mutfağı konseptindeki bir işletme doğal olarak mutfağındaki üretim sürecine ithal gıda ürünlerini dahil etmek durumundadır.

Yerel gıda ürünlerinin tercih nedenleri arasında lezzet (%75) ve tazelik (%62,5) literatürdeki örneklerdeki gibi öncelikli olmaktadır. Şefler başta olmak üzere görüşülen işletme temsilcileri yerel gıda ürünlerini bu özelliklerinden dolayı tercih ettiklerini belirtmiştir. İşletmenin konsepti tercih nedenlerinde etkili olan bir diğer unsurdur. İşletmenin Türk, Ege ya da balık konseptleri üzerine oluşu yerel ürünleri tercih etme gerekliliği doğuran etkenlerden olmaktadır. Restoran misafirleri tarafından yerel ürünlere talebin artması halinde işletmeler bunları kullanmakta daha istekli olacaklardır.

Yerel gıda ürünlerinin işletme mutfaklarında ve menülerinde tercih edilme aşamasında karşılaşılabilen engeller üzerine; öncelikle literatürde sıkça yer bulan bu ürünlerin maliyetli olduğu üzerine tercih edilmediği algısının, bu örneklem için geçerli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcılar bu ürünlerin maliyetli olmadığını, özellikle mevsimsel menü değişiklikleri ile mevsiminde bu ürünleri satın aldıklarında maliyetlerinin normal olduğunu belirtmiştir. Böylece mevsimsellik anlamında da yaşanacak problemler bertaraf edilmektedir. Yerel ürünlerin tedarikinde sorun yaşanmaması bölgenin tarımsal verimliliği ile yerel tedarik ağının oluşmasına dayandırılmaktadır. Aynı zamanda ürün kalitesi yönünden de bu örnekte engeller yaşanmadığı tespit edilmiştir. Ancak özellikle bu ürünlerin daha fazla kullanılmasının önündeki en önemli engellerden birinin yerel mutfağa ait yiyeceklerin restoranlarda servis edilmesinin küçümsenebilmesi olduğu katılımcı ifadesinde yer alarak, dikkat çekici bir çıkarım olmaktadır.

Sürdürülebilirlik, sürdürülebilir turizm ve sürdürülebilir gıda konuları ile bunun yerel gıda ile ilişkisi hakkında farkındalık düşüktür. Yiyecek içecek işletmelerinde yerel gıda öğeleri kullanılmaktadır. Ancak sürdürülebilirlik farkındalığıyla olmayıp, işletmelerde sürdürülebilir gıdaya katkı amacı bulunmamaktadır. Bu ürünlere mutfaklarında yer veren işletmelerin sürdürülebilir gıdaya dolaylı yoldan katkı sağladıkları söylenebilir. Fakat işletme amaçları arasında bilinçli olarak sürdürülebilir gıdaya katkı yoktur.

Mutfak kültürünün sürdürülebilirliğinin sağlanması ve böylece gelecek nesillere aktarılması gerekliliği konusunda ise, tüm katılımcılar hemfikirdir. Ancak yine çeşitli sebeplerden ötürü işletmelerin tümü bu konuya katkı sağlamayı amaçları arasında göstermemektedir. Mutfak kültürünün sürdürülebilirliğine katkı sağlamayı amaçları arasına almış işletmeler azınlıkta olarak bulunmaktadır. Balık restoranları söz konusu olduğunda bu işletmeler bölgenin mutfak kültürünü yansıtmaktadır. Ancak bu işletmelerde temel kaygı mutfak kültürünün sürdürülebilirliğinin sağlanması değildir.

### 5.1. Yiyecek İçecek İşletmeleri ve Kamu Kurumları İçin Öneriler

Çalışmanın sonuçları doğrultusunda ilk olarak son yıllarda gündemde yer alan gastronomi turizminin etkin bir biçimde gerçekleştirilmesi ve bölgelerin kendi gastronomik unsurlarının kullanımının sürdürülebilir kalkınmadaki önemi üzerine Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından bazı çalışmalar yapılabilir. Özellikle İzmir Ticaret Odası'nın konu üzerine çalışmalar yaptığı ve bir takım raporlar hazırlanıp, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın desteklerinin beklendiği bilinmektedir. Bu destek sağlandığı takdirde İzmir'in gastronomi turizmi sahnesindeki rolü yerel yiyecekler ve sürdürülebilirlik ekseninde doğru bir biçimde kurgulanıp, potansiyelini kullanabilmesi sağlanabilir.

Sürdürülebilirlik olgusu birçok alanla birlikte gıda ve turizm için de elzem olmaktadır. Özellikle bilinçsizce gerçekleştirilen yanlış uygulamalarla birlikte insan yaşamı ile birlikte ekosistem içindeki diğer bütün canlıların yaşamı da tehlike altına girmektedir. Gıda üretiminde sürdürülebilir tarım, hayvancılık ve balıkçılık

uygulamaları için Tarım ve Orman Bakanlığı'nın üreticilere yönelik bilinçlendirme ve teşvik çalışmaları ile birlikte daha sıkı yaptırımlar söz konusu olmalıdır. Turizmde ve yiyecek içecek sektöründe sürdürülebilir uygulamalar için de öncelikle sektör çalışanlarının farkındalığının artırılmasına yönelik çalışmalar yapılması gerekmektedir.

Şeflerin yerel gıda ürünleri ve yerel mutfak kültürünün sürdürülebilirliği konusunda farkındalık sahibi olduğu görülmektedir. Farkındalık sahibi olursa dahi yerel gıdaya olan ilgi ve talebin kimi zaman ticari kaygılar ile işletme sahipleri/yöneticilerinin tutumları açısından pratikte yansıması görülememektedir. Şeflerin yanı sıra, işletmelerde asıl karar verme mekanizması olan işletme sahibi/yöneticilerinin sektör kapsamında dünyada olup bitenleri çok iyi takip etmesi, mevcut duruma ve trendlere hakim olması gerekmektedir. Bütün gelişmeleri analiz edip, kendilerini yenilemeleri ve belki risk alınarak uygulamaya geçilmesi gerekmektedir. Sektör çalışanları yalnızca kendi işletmeleri üzerine odaklanmaktan ziyade geniş düşünmek, sektöre ve tüm iş birliği içinde bulunan alanlara fayda sağlamak durumunda olmalıdır. Sürdürülebilir özellikte üretimi sağlanan ve kaliteli yerel gıda ürünleri için biraz çabayla yerel üreticilere ulaşılması gerekmektedir. İşletmenin konsepti yerel ürün kullanımındaki ana tercih sebebi olabilirken aynı zamanda en önemli engellerden de biridir. Dünya mutfakları konseptleri için özellikle muadili bulunamayan özel ürünler dışındaki diğer tüm ürünler yerel gıda ürünleri olarak seçilebilir. Dünya mutfağı yanında yerel mutfağın zenginliğinden de yararlanılabilir. Yerel gıda ürünleri kullanılarak özünden uzaklaşmadan yeni reçeteler oluşturulabilir.

## 5.2. Gelecekte Planlanan Çalışmalar İçin Öneriler

Gelecek çalışmalar farklı örnekleme gerçekleştirilebilir. Gıda sistemi içerisinde yer alan diğer paydaşlar, bireysel tüketiciler, restoran misafirleri ve turistler açısından sürdürülebilirliğin yerel gıda ile ilişkisi kapsamında farkındalığı üzerine çalışılabilir. İzmir'de üç yıldır düzenlenen Gastronomi Turizmi Kongresi kapsamına sürdürülebilir gıda ve sürdürülebilir turizm konuları da dahil edilebilir. Böylece kongreye katılım sağlayan şefler ve sektör çalışanlarının farkındalığa erişmesi sağlanabilir.

## KAYNAKLAR

- Aiking, Harry ve De Boer, Joop (2004). "Food Sustainability: Diverging Interpretations". *British Food Journal* 106(5): 359-365.
- Akoğlu, Aylın ve Öztürk, Emre (2018). "Türkiye'de Fine Dining Restoranlara Bakış: Mutfak Yöneticileri Üzerine Bir Araştırma". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 6(1): 430-443.
- Aksoy, Mustafa ve Sezgi, Gülistan (2015). "Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 3(3): 79-89.
- Aksu, Ceren (2011). "Sürdürülebilir Kalkınma Çevre". Güney Ege Kalkınma Ajansı. (<http://geka.gov.tr/588/surdurulebilir-kalkinma-ve-cevre>, 8 Aralık 2018'de erişildi).
- Albayrak, Aslı (2013). "Farklı Milletlerden Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Saptanması Üzerine Bir Çalışma". *Journal of Yaşar University* 30(8): 5049-5063.
- Alkan, Ceylan (2015). "Sürdürülebilir Turizm: Alaçatı Destinasyonuna Yönelik Bir Uygulama". *Journal of Yasar University* 10(40): 6692-6710.
- Artun, Cemal ve Akbulut, Onur (2015). "Yönetmel Bir Olgu Olarak Sürdürülebilir Turizm: Fethiye'deki Yerel Yönetim Ve Sivil Toplum Kuruluşlarının Görüşleri". *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi* 6(14): 25-38.

Atak, Mehmet (2006). *Yiyecek İçecek İşletmelerinde Servis Elemanlarının Hizmet İçeri Eğitimine İş Tatminine Etkisi; Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Uygulaması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Atar, Hasan H. ve Alçıçek, Zayde (2008). “Su Ürünleri Sektöründe Sürdürülebilirlik”. *Biyoloji Bilimleri Araştırma Dergisi 2 (2): 35-40*.

Atay Haspolat, Nihan (2015). *Gıda Güvenliğinde Sürdürülebilir Gıda Sistemleri*. AB Uzmanlık Tezi. Ankara: T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Avrupa Birliği Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü.

Aydoğdu, Aydoğan ve Mızrak, Metin (2017). “Yöresel Yemeklerin Sürdürülebilirliğinde Standart Reçetelendirmenin Önemi: Kastamonu Mutfağı Örneği”. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 9(20): 366-394*.

Aydoğdu, Aydoğan vd. (2016). “Destinasyon Tercihinde Gastronomi Turizmi'nin Önemi: Bozcaada Örneği”. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi 1(2): 120-132*.

Başaran, Burhan (2017). “Gastronomi Turizmi Kapsamında Rize Yöresel Lezzetlerinin Değerlendirilmesi”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies 5(3): 135-149*.

Berno, Tracy (2006). “Bridging Sustainable Agriculture and Sustainable Tourism to Enhance Sustainability”. *Sustainable Development Policy and Administration*. Ed. Gedeon M. Mudacumura, Desta Mebratu, M. Shamsul Haque. London: Taylor&Francis. 207-223.

Birdir, Kemal ve Akgöl, Yasemin (2015). “Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi”. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi 3(2): 57-68*.



- Bucak, Turgay (2012). *Yiyecek İçecek İşletmelerinde ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sisteminin Uygulanabilirliği: İzmir İli Örneği*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Büyükşalvarcı, Ahmet vd. (2016). “Yöresel Yemeklerin Turizm İşletmelerinde Kullanılma Durumu: Konya Örneği”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4(4): 165-181.
- Carter, Craig R. ve Rogers, Dale S. (2008). “A Framework of Sustainable Supply Chain Management: Moving Toward New Theory”. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* 38 (5): 360-87.
- Coşkun, Asu Yıldız (2001). *Coğrafi İşaretler*. Uzmanlık Tezi. Ankara: Türk Patent Enstitüsü.
- Cömert, Menekşe (2014). “Turizm Pazarlamasında Yöresel Mutfakların Önemi ve Hatay Mutfağı Örneği”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 2(1): 64-70.
- Cömert, Menekşe ve Özata, Esra (2016). “Tüketicilerin Yöresel Restoranları Tercih Etme Nedenleri ve Karadeniz Mutfağı Örneği”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 9(42): 1963-1973.
- Cuniman Pinto, Sibel (2011). “Kimdir bu Locavore’lar?”. ([http://www.salom.com.tr/haber-81129-kimdir\\_bu\\_locavorelar.html](http://www.salom.com.tr/haber-81129-kimdir_bu_locavorelar.html), 20 Ekim 2018’de erişildi).
- Curtis, Kynda R. ve Cowee, Margaret (2009). “Direct Marketing Local Food to Chefs: Chef Preferences and Perceived Obstacles”. *Journal of Food Distribution Research* 40(2): 26-36.

- Çokişler, Nazım ve Türker, Ali (2015). “Mutfak Kültürünün Turizm Ürünü Olarak Kullanım Etkinliğinin İncelenmesi: Ayder Turizm Merkezi Örneği”. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi* 6(14): 122-136.
- Çulha, Osman ve Dağkiran, Simge (2016). “Restoran İşletmelerinde Üst Düzey Çalışanlar Açısından Yöresel Yiyecekler: Faydalar, Engeller ve Satın Alma Ölçütleri”. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi* 27(2): 195-212.
- Demiryürek, Kürşat (2011). “Organik Tarım Kavramı ve Organik Tarımın Dünya ve Türkiye'deki Durumu”. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi* 28(1): 27-36.
- Denizer, Dünder (2012). “Yiyecek İçecek İşletmelerinin Sınıflandırılması ve Örgütlenmesi”. *Yiyecek İçecek Hizmetleri*. Ed. M. Sarıışık. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını. 2-28.
- Doğal Hayatı Koruma Vakfı (2013). *Sürdürülebilir Balıkçılık İçin “Ekosistem Temelli Yönetim*. İstanbul: Ofset Yapımevi.
- Doğan, Mustafa (2010). *Ekomüze Odaklı Sürdürülebilir Destinasyon ve Gökçeada Üzerine Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale: Çanakkale Onsekizmart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Doğan, Oğuz ve Yağmur, Yenal (2017). “Yabancı Turistlerin Sürdürülebilir Destinasyon Algıları: Kemer Destinasyonuna Yönelik Bir Araştırma”. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi* 13(2): 487-506.
- Doğan, Sait vd. (2010). “Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Satış Çabalarında Etik: Kastamonu İli Örneği”. *Kastamonu Eğitim Dergisi* 18(1): 241-256.

- Duran, Erol (2009). *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Toplumsal ve Kültürel Kimliğin Korunması: Gökçeada Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
- Durlu Özkaya, Fügen vd. (2013). “Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies 1(1)*: 13-20.
- Dünya Turizm Örgütü (2005). “Sustainable Development of Tourism”. (<http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>, 4 Haziran 2018’de erişildi).
- Erdek, Funda (2011). *Yiyecek İçecek İşletmelerinin Pazarlama Faaliyetlerinde Yöresel Mutfağın Kullanımı*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Edirne: Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ersoy Quadır, Seher ve Karaman, Hülya (2012). “Gıda Güvenliğini Sağlamada Ekolojik Önlemler”. *10. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi*. Konya: Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, Tarım Ekonomisi Derneği ve Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü.
- Feenstra, Gail (2002). “Creating Space for Sustainable Food Systems: Lessons from the Field”. *Agriculture and Human Values 19*: 99-106.
- Güneş, Gül vd. (2008). “Sürdürülebilir Turizmde Yöresel Yemek Kültürünün Önemi”. *2. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler*. Antalya.
- Hatipoğlu, Aysu vd. (2013). “Yöresel Yemeklerin, Kırsal Turizm İşletmeleri Mönülerinde Kullanım Düzeyleri: Gelveri Örneği”. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi 3(1)*: 6-11.

- Ilbery, Brian ve Maye, Damian (2005). “Food Supply Chains and Sustainability: Evidence from Specialist Food Producers in the Scottish/English Borders”. *Land Use Policy* 22: 331–344.
- İzmir Büyükşehir Belediyesi (-). “İzmir’de Bir Gün: Turizm Rehberi”. (<http://www.izmir.bel.tr/tr/Yayin/157/227#dergi/sayfa1>, 2 Haziran 2018’de erişildi).
- İzmir İl Kültür Turizm Müdürlüğü (-). “İzmir Halk Kültürü: İzmi Mutfağı”. (<http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR,77474/izmir-mutfagi.html>, 3 Haziran 2018’de erişildi).
- İzmir İl Kültür Turizm Müdürlüğü (-). “Belgeli Yeme İçme Tesis Listesi”. (<http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR-77197/belgeli-yeme-icme-tesis-listesi.html>, 24 Aralık 2018’de erişildi).
- Kang, Sangwook ve Rajagopal, Lakshman (2014). “Perceptions of Benefits and Challenges of Purchasing Local Foods Among Hotel Industry Decision Makers”. *Journal of Foodservice Business Research* 17: 301-322.
- Karakaş, Yusuf Emre vd. (2015). “Yerel ve Uluslararası Markalı Yiyecek & İçecek İşletmelerinin Tercih Edilme Nedenlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”. *16. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*. Ed. A. Kelkit. Ankara: Detay Yayıncılık. 1268-1284.
- Karamustafa, Kurtuluş ve Ülker, Mustafa (2017). “Ticari Mutfaklarda Yerel Yiyecek Satın Alma ve Kullanma Davranışı: Algılanan Engeller ve Faydalar”. *Türk Turizm ve Araştırmaları Dergisi* 1(4): 30-42.
- Kaşlı, Mehmet vd. (2015). “Gastronomik Miras ve Sürdürülebilirlik: Eskişehir Örneği”. *Eko-Gastronomi Dergisi* 1(2): 27-46.

- Kaya, İsmet (1997). *Sürdürülebilir Turizm Kalkınması ve Ülkemiz Açısından Bir Değerlendirme*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kelemci Schneider, Gülpınar ve Ceritoğlu, Bahar (2010). “Yöresel Ürün İmajının Tüketici Satın alma Davranışı ve Yüksek Fiyat Ödeme Eğilimi Üzerindeki Etkisi: İstanbul İlinde Bir Uygulama”. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi* 6: 29-52.
- Kılıç, Gül Damla (2017). *Turistlerin Her Şey Dahil Otellerde Yerel Yiyecek Tüketim Davranışları: Antalya’da Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kılıç, Nergis (2010). *Türk Mutfağının Ege-Akdeniz Karakterinin Kültürel ve Turistik Açısından İncelenmesi: Ayvalık Örneği*. Uzmanlık Tezi. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü.
- Kızılırmak, İsmail vd. (2014). “Yöresel Mutfağın Kırsal Turizm İşletmelerinde Uygulanması: Uzungöl Örneği”. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi* 4(1): 75-83.
- Kloppenburger, Jack vd. (2000). “Tasting Food, Tasting Sustainability: Defining the Attributes of an Alternative Food System with Competent, Ordinary People”. *Human Organization* 59(2): 177-186.
- Koç, İhsan ve Sökmen, Bayram (2017). *Ege’de Lezzet Yolculuğu*. İzmir: Etki Yayınları.
- Koçak, Nilüfer (2009). *Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi*. 4. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.

Korkmaz, Sezer ve Ermeç Sertoğlu, Ayşegül (2013). “Genç Tüketicilerin Sürdürülebilir Gıda Tüketimi Davranışının Güven ve Değerlere Dayanan Planlı Davranış Teorisi Kapsamında Tartışılması”. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 31(1): 127-152.

Lehtinen, Ulla (2012). “Sustainability and Local Food Procurement: A Case Study of Finnish Public Catering”. *British Food Journal* 114(8): 1053-1071.

Marshall, Gordon (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*. Çev. O. Akınhay ve D. Kömürcü. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Mazilu, Mirela (2012). “Sustainable Tourism of Destination, Imperative Triangle Among: Competitiveness, Effective Management and Proper Financing”. *Sustainable Development - Policy and Urban Development - Tourism, Life Science, Management and Environment*. Ed. C. Ghenal. Intech. 85-118.

Meydan Uygur, Selma ve Doğan, Sait (2013). “Deneyimsel Pazarlamanın Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Restoranlar Üzerine Bir Araştırma”. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 37: 33-48.

Mil, Burak ve Denk, Erkan (2015). “Erzurum Mutfağı Yöresel Ürünlerin Otel Restoran Menülerinde Kullanım Düzeyi: Palandöken Örneği”. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi* 5(2): 1-7.

Mirosa, Miranda ve Lawson, Rob (2012). “Revealing the Lifestyles of Local Food Consumers”. *British Food Journal* 114(6): 816-825.

Mithril, Charlotte vd. (2012). “Guidelines for the New Nordic Diet”. *Public Health Nutrition* 15(10): 1941–1947.

- Murphy, James ve Smith, Stephen (2009). “Chefs and Suppliers: An Exploratory Look at Supply Chain Issues in an Upscale Restaurant Alliance”. *International Journal of Hospitality Management* 28: 212–220.
- Mutfak Dostları Derneği (2016). “Nuh’un Ambarı Ürünleri: Anadolu Lezzet Envanteri”. (<http://www.mutfakdostlari.org.tr/wp-content/uploads/2016/12/ESSEDRA-brosur-2016-SON.pdf>, 8 Haziran 2018’de erişildi).
- Onozaka, Yuko vd. (2010). “Local Food Consumers: How Motivations and Perceptions Translate to Buying Behavior”. *Choices by Agricultural & Applied Economics Association* 25(1): 1-6.
- Özdemir, Bahattin vd. (2015). “Şeflerin Yerel Yiyeceğe İlişkin Algılamaları ile Yerel Yiyecek Satın Alma Niyetleri Arasındaki İlişki”. *16. Ulusal Turizm Kongresi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özök, Ferah ve Gümüş, Fadime (2009). “Sürdürülebilir Turizmde Bilginin Önemi”. *Yönetim Bilimleri Dergisi* 7(1): 51-71.
- Rızaoğlu, Bahattin vd. (2013). “Yiyecek Deneyimiyle İlgili Bireysel Eğilimlerin Sosyo-Demografik Özellikler Açısından Değerlendirilmesi: Kuşadası’na Gelen Yabancı Turistler Örneği”. *14. Ulusal Turizm Kongresi*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi.
- Ruth McSwain, Amanda (2012). “Eating Green: Coverage of the Locavore Movement”. *Journal of Extension* 50(5): 1-15.
- Sarışık, Mehmet (1998). Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Maliyet Kontrol Sistemleri ve Beş Yıldızlı Otelde Standart Yiyecek Maliyet Kontrol Sisteminin Uygulanabilirliği Üzerine Bir Araştırma. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Savaş Bakır, Ayla (-). “Ölmez Ağacın İksirinin İzinde”. (<http://www.izmirdergisi.com/tr/turizm/kultur-turizmi/1675-olmez-agacin-iksirinin-izinde>, 1 Haziran 2018’de erişildi).
- Schmitt, Emilia vd. (2017). “Comparing the Sustainability of Local and Global Food Products in Europe”. *Journal of Cleaner Production* 165: 346-359.
- Selfa, Theresa ve Qazi, Joan (2005). “Place, Taste or Face-To-Face? Understanding Producer–Consumer Networks in ‘Local’ Food Systems in Washington State”. *Agriculture and Human Values* 22: 451–464.
- Seyhan, Güneş ve Yılmaz, Burcu Selin (2010). “Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama: Calista Luxury Resort Hotel”. *İşletme Fakültesi Dergisi* 11(1): 51-74.
- Sharpley, Richard (2010). “Tourism and Sustainable Development: Exploring the Theoretical Divide”. *Journal of Sustainable Tourism* 8(1): 1-19.
- Sims, Rebecca (2009). “Food, Place and Authenticity: Local Food and the Sustainable Tourism Experience”. *Journal of Sustainable Tourism* 17(3): 321-336.
- Smith, Stephen L.J. ve Xiao, Honggen (2008). “Culinary Tourism Supply Chains: A Preliminary Examination”. *Journal of Travel Research* 46: 289-299.
- Strohbehn, Catherine ve Gregoire, Mary (2003). “Case Studies of Local Food Purchasing by Central Iowa Restaurants and Institutions”. *Foodservice Research International* 14: 53-64.
- Sünnetçioğlu, Serdar vd. (2012). “Yavaş Turizmde Coğrafi İşaretlemenin Önemi”. 13. *Ulusal Turizm Kongresi*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi.



- Sünnetçioğlu, Serdar (2013). *Sürdürülebilirlik Kapsamında Yiyecek İçecek İşletmelerindeki Uygulamalar: İzmir'deki Restoran İşletmelerinin Sürdürülebilir Restoran İşletmeciliği Kavramına Yaklaşımlarının Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sünnetçioğlu, Serdar ve Yılmaz, Burcu Selin (2015). "İzmir'deki Restoran Yöneticilerinin Sürdürülebilir Restoran İşletmeciliği Üzerine Yaklaşımlarının Değerlendirilmesi". *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 5(1): 94-114.
- Şahin, İsmail ve Kutlu, Salih Ziya (2014). "Cittaslow: Sürdürülebilir Kalkınma Ekseninde Bir Değerlendirme". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 2(1): 55-63.
- Şen, Ali ve Aktaş, Nazan (2017). "Tüketicilerin Seyahatleri Sırasında Besin Seçimleri, Yöresel Gastronomi Davranışları ve Destinasyon Seçiminde Gastronomi Unsurlarının Rolü: Konya-Karaman Örneği". *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 19 (32): 65-72.
- Şengül, Serkan (2015). "Ege Bölgesi Mutfak Kültürü ve Yöresel Yemekleri". *Yöresel Mutfaklar*. Ed. B. Hatipoğlu ve A. Çakır. Ankara: Beta Yayıncılık. 73-94.
- Şengül, Serkan (2017). "Yiyecek İçecek İşletmelerinin Tedarikçi Değerlendirmeleri: Yöresel Mutfak Ürünlerinin Satınalma Süreçleri Hakkında Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 9(18): 2018-2033.
- Şengül, Serkan ve Türkay, Oğuz (2016). "Akdeniz Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4 (Special issue 1): 86-99.
- Şengül, Serkan ve Türkay, Oğuz (2017). *Türkiye'nin Yöresel Mutfakları*. Ankara: Detay Yayıncılık.

T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı İzmir Ticaret İl Müdürlüğü (2016). “İzmir İli Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretli Ürünler Listesi”. (<http://izmir.gtb.gov.tr/duyurular/izmir-i%CC%87li-yoresel-urunler-ve-cograf-i%CC%87saretli-urunler-listesi>, 4 Haziran 2018’de erişildi).

Türk Dil Kurumu (2018). “Yerel”. (<http://www.tdk.gov.tr>, 12 Mart 2018’de erişildi).

Tidball, Keith G. vd. (2013). “Extending the Locavore Movement to Wild Fish and Game: Questions and Implications”. *Natural Sciences Education* 42: 185-189.

Turhan, Şule (2005). “Tarımda Sürdürülebilirlik ve Organik Tarım”. *Tarım Ekonomisi Dergisi* 11(1): 13-24.

Türk Patent Enstitüsü (-). “Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı ile Tescilli Ürünler”. ([turkpatent.gov.tr](http://turkpatent.gov.tr), 2 Haziran 2018’de erişildi).

Üner, Emir Hilmi (2014). *Her Şey Dahil Sistemde Türkiye Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Vehkamäki, Seppo (2005). “The Concept of Sustainability in Modern Times”. *Sustainable Use of Renewable Natural Resources: From Principles to Practices*. Ed. A. Jalkanen & P. Nygren. Helsinki: University of Helsinki Department of Forest Ecology Publications. 34.

Westering, Jetske V. (1999). “Heritage and Gastronomy: The Pursuits of The New Tourists”. *International Journal of Heritage Studies* 5(2): 75-81.

Xu, Xun ve Gürsoy, Doğan (2015). “Influence of Sustainable Hospitality Supply Chain Management on Customers’ Attitudes and Behaviors”. *International Journal of Hospitality Management* 49: 105-116.

- Yarış, Ahmet ve Cömert, Menekşe (2015). “Mardin İlindeki Restoranların Yerel Ürün Kullanımındaki Avantaj ve Dezavantajları İle İlgili Algı Düzeyleri”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 8(37): 991-998.
- Yaşın, Mehmet (2013). “Dört Şehirde Köfte Yolculuğu”. (<http://www.hurriyet.com.tr/dort-sehirde-kofte-yolcugu-24671589>, 3 Haziran 2018’de erişildi).
- Yentürk, Aybala (2015). “Girit Toprağını Hatırlatan Ot Yemekleri”. ([https://giritturkleri.kulturu.wordpress.com/2015/02/21/girit-topragini-hatirlatan-ot-yemekleri\\_aybala-yenturk/](https://giritturkleri.kulturu.wordpress.com/2015/02/21/girit-topragini-hatirlatan-ot-yemekleri_aybala-yenturk/), 11 Ağustos 2018’de erişildi).
- Yıldırım, Ali ve Şimşek, Hasan (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. 10. Baskı. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, Gökhan ve Özdemir, Bahattin (2017). “Turizm Destinasyonlarında Restoran Biçimleşmeleri: Kapadokya Bölgesi Üzerine Nitel Bir Araştırma”. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi* 28(1): 81-95.
- Yurtseven, H. Rıdvan (2011). “Sustainable Gastronomic Tourism in Gokceada (Imbros): Local and Authentic Perspectives”. *International Journal of Humanities and Social Science* 1(18): 17-26.
- Yüksek, Murat (2010). *Sürdürülebilir Kalkınma ve Türkiye’de Çevre Politikaları*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yüncü, Hilmi Rafet (2010). “Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası”. *10. Aybastı-Kabataş Kurultayı Yerel Değerler ve Yayla Turizmi*. Ed. Salim Şengel. Ankara: Detay Yayıncılık. 27-34.
- Zağralı, Egem ve Akbaba, Atilla (2015). “Turistlerin Destinasyon Seçiminde Yöresel Yemeklerin Rolü: İzmir Yarımadası’nı Ziyaret Eden Turistlerin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma”. *Journal of Yasar University* 10(40): 6633-6644.

Zepeda, Lydia ve Leviten-Reid, Catherine (2004). "Consumers Views on Local Food".  
*Journal of Food Distribution Research* 35(3): 1-6.





**EKLER**

**Ek 1: Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu**

İşletme adı:

Katılımcı adı/soyadı:

Eğitim düzeyi:

Sektördeki deneyim süresi:

**Araştırma Sorusu:**

Yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde ve mutfaklarında yerel mutfak öğelerinin kullanım düzeyi nedir?

Tarih ve saat (Başlangıç ve bitiş):

**GİRİŞ**

Merhaba, ben Sinem Bilgin ve Abant İzzet Baysal Üniversitesi'nde Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı'nda yüksek lisans öğrencisiyim. Yüksek lisans tezim için, yiyecek içecek işletmelerinde yerel mutfak öğelerinin kullanım düzeyini ölçebilmek amacıyla bu çalışmayı gerçekleştirmek istiyorum. Yerel mutfak öğeleri, menü anlamında Türk mutfağı'nın gelişimi ve tanıtımında olumlu rol oynamaktadır. Aynı zamanda, yerel malzemelerin mutfaklarda kullanımı ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik gibi nedenlerden ötürü oldukça önemli olup, son yıllarda gündemde olan bir konudur. Bu araştırma ile İzmir gibi yerel ürünlerce ve yerel mutfak açısından zengin bir ilde, yiyecek içecek işletmelerinde bu konuya bakış açılarının ve uygulamaların neler olduğu ortaya konulmak istenmektedir. Bu nedenle konu hakkındaki düşünceleriniz ve gerçekleştirdiğiniz uygulamaları bizimle paylaşmanızı umut ediyorum.

- Görüşme süresince söyleyeceklerinizin tümü gizli olmakla beraber, benim dışımda herhangi bir kimse bunları öğrenmeyecektir. Araştırma sonuçları yazılırken, isminiz ve işletmenizin adı kesinlikle kullanılmayacaktır.
- Başlamadan önce belirtmek istediğiniz bir düşünce ya da sormak istediğiniz bir soru varsa sorabilirsiniz.
- İzniniz dahilinde, görüşmemizi sesli kayıt altına almak istiyorum. Bu kaydı benden başka kimse dinlemeyecek olup, raporu yazmamda kolaylık sağlaması açısından istemekteyim. Sizce bir sakıncası var mı?

## GÖRÜŞME SORULARI

1. İşletmenizin menüsünde Ege/İzmir yerel mutfağından yiyecek içecekler bulunmakta mıdır?
2. İşletmenizin mutfağında yerel gıda ürünlerine yer veriyor musunuz?
  - 2.1. Kullanıyorsanız nelerdir?
  - 2.2. Kullanmıyorsanız sebepleri nelerdir?
3. Kullandığınız yerel gıda ürünlerinin temininde tedarik, maliyet, mevsimsellik ve ürün kalitesi yönlerinden zorluklar yaşıyor musunuz?
  - 3.1. Bu ürünlerin tedarik sürecinde yaşadığınız zorluklar nelerdir?
  - 3.2. Bu ürünlerin temininde maliyet anlamında yaşadığınız zorluklar nelerdir?
  - 3.3. Bu ürünleri temin ederken mevsimine göre seçici davranıyor musunuz? Bu seçicilik menü değişimine gidilecek düzeyde etkili oluyor mu?
  - 3.4. Bu ürünler ile birlikte ürün kalitesi açısından yaşadığınız zorluklar nelerdir?
4. İşletmenizde yerel gıda ürünlerini tercih sebeplerinizi etkileyen unsurlar nelerdir?
5. Yiyecek içecek işletmelerinin mutfaklarında yerel gıda ürünlerinin tercih edilmesinin sürdürülebilirlik açısından önemli buluyor musunuz?
  - 5.1. Sizin işletmenizde sürdürülebilirliğe bu şekilde katkı sağlamak amaçlarınız arasında yer alıyor mu?
6. Yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yerel mutfağa ait yiyecek-içeceklerin sunulması, mutfak kültürünün sürdürülebilirliği açısından önemli buluyor musunuz?
  - 6.1. İşletmenizin menüsünde, yerel mutfağa ait yiyecek-içecek bulundurarak mutfak kültürü açısından sürdürülebilirliğe katkı sağlamayı amaçlıyor musunuz?

## Ek 2: Etik Uygunluk Belgesi



**Abant İzzet Baysal Üniversitesi**  
**Sosyal Bilimlerde İnsan Araştırmaları Etik Kurulu**

Sinem BİLGİN  
Abant İzzet Baysal Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Gastronomi ve Mutfak Sanatları ABD

Sayın Sinem BİLGİN,

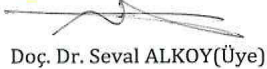
**“Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Yerel Mutfak Öğelerinin Kullanımı ve Sürdürülebilirlik Açısından İncelenmesi: İzmir Örneği”** konulu araştırmanız ile ilgili olarak Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimlerde İnsan Araştırmaları Etik Kuruluna 26.10.2017 tarihli yapmış olduğunuz başvuru (Protokol NO. 2017/257) kurulumuzun 15.11.2017 tarihli ve 2017/09 toplantısında değerlendirilerek etik olarak uygun bulunmuştur. Bilgilerinize sunarız.

  
Prof. Dr. Hamit COŞKUN (Başkan)

  
Prof. Dr. Mehmet ERYİĞİT (Üye)

  
Prof. Dr. Altay EREN (Üye)

  
Doç. Dr. H. Birol YALÇIN (Üye)

  
Doç. Dr. Seval ALKOY (Üye)

  
Doç. Dr. Abdullah DURAKOĞLU (Üye)

  
Av. Zühal Demirci (Üye)