

Bitlis Yöresel Mutfağının Turizm Ürünü Olarak Kullanımının Yerel Halk Tarafından Değerlendirilmesi

Evaluation of the Use of Bitlis Local Cuisine as a Tourism Product by Local People

Pelin KOÇ^a ve Nurgül YAKIN^b

^a Dr. Öğr. Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Van, Türkiye.

^b Yüksek Lisans Öğrencisi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları ABD., Van, Türkiye.

Özet

Doğu Anadolu Bölgesi'nde stratejik konumu dolayısıyla öne çıkan şehirlerinden biri olan Bitlis yüzyıllar boyunca çeşitli medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır. Bu ev sahiplikleri Bitlis ili yöresel mutfağının zenginleşmesine katkıda bulunmuştur. Bitlis yöresel mutfağının sahip olduğu potansiyel dikkate alındığında turistik bir hareketlilik yaratma ve buna bağlı faydaları da ortaya çıkarma açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle araştırmada Bitlis yöresel mutfağının turizm ürünü olarak kullanımının yerel halk tarafından değerlendirilmesi ve bu değerlendirmenin bazı sosyo-demografik değişkenler açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Nicel araştırma yönteminin kullanıldığı araştırmada veriler anket formu aracılığıyla Aralık 2024 tarihinde toplanmıştır. Bitlis yerel halkından 404 kişi katılım göstermiştir. Veri analizi sonucunda Bitlis yöresel mutfağının turistik ürün olarak kullanılmasına ve böylece turizme kazandırılmasına yönelik ifadeler katılımcıların yüksek oranda olumlu yönde katılım gösterdikleri tespit edilmiştir. Bitlis yöresel mutfağının turizm ürünü olarak kullanımına yönelik değerlendirmelerin yaş gruplarına göre farklılık gösterdiği de bulgulanmıştır. Elde edilen bulgulardan hareketle Bitlis yöresel mutfağının turizme kazandırılmasının yerel halk tarafından desteklendiği ancak bu yönde çalışmaların artırılması gerektiği belirtilebilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bitlis, Gastronomi Turizmi, Turizm Ürünü, Yöresel Mutfak

Makale Bilgisi

Geliş Tarihi 14.02.2025

Kabul Tarihi 09.06.2025

Sayı Editörü

Songül DÜZ ÖZER

Abstract

Bitlis, one of the prominent cities in the Eastern Anatolia Region due to its strategic location, has hosted various civilizations for centuries. These hostings have contributed to the enrichment of the local cuisine of Bitlis. Considering the potential of the local cuisine of Bitlis, it is thought to be important in terms of creating a touristic movement and revealing the related benefits. Therefore, the aim of the study was to evaluate the use of Bitlis local cuisine as a tourism product by the local people and to examine this evaluation in terms of some socio-demographic variables. In the research where the quantitative research method was used, data were collected through a survey form in December 2024. 404 people from the local people of Bitlis participated. As a result of the data analysis, it was determined that the participants showed a high level of positive participation in the statements regarding the use of Bitlis local cuisine as a touristic product and thus bringing it into tourism. It was also found that the evaluations regarding the use of Bitlis local cuisine as a tourism product differed according to age groups. Based on the findings obtained, it can be stated that the local people support the bringing of Bitlis local cuisine into tourism, but that studies in this direction should be increased.

Keywords: Bitlis, Gastronomy Tourism, Tourism Product, Local Cuisine

Sorumlu Yazar

Pelin KOÇ

pelinyagci@yyu.edu.tr

Önerilen Atıf:

Koç, P. ve Yakın, N. (2025). Bitlis Yöresel Mutfağının Turizm Ürünü Olarak Kullanımının Yerel Halk Tarafından Değerlendirilmesi. *Journal of Academic Tourism Studies*, 6(1): 24-38.

1. GİRİŞ

Turizm, ülkeler arasındaki siyasi, ekonomik, sosyal iş birliğini güçlendirmekte, ülkelerin gelir sağlaması ve tanıtımının yapılmasında önemli rol oynamaktadır (Seyitoğlu ve Çalışkan, 2014, s. 24). Gün geçtikçe insanların turizm faaliyetlerinden beklentilerinde önemli değişiklikler meydana gelmiştir. Önceleri deniz-kum-güneş üçlüsü etrafında yoğunlaşan tercihler zaman içinde daha farklı turizm çeşitlerine doğru değişim göstermiştir (Esen ve Seçim, 2020, s. 159). Bunlar da turistlerin seyahat alışkanlıklarında değişikliklere yol açmış ve daha önce deneyimlemedikleri kültürel değerleri ve otantik yerleri keşfetme sürecini ortaya çıkarmıştır (Küçükyaman, Şen-Demir ve Bulgan, 2018, s. 87).

Toplumlara ait kültürlerin en güzel yansımaları olarak yöresel mutfaklar ve yöresel mutfakları kapsamına alan gastronomi ve gastronomi turizmi farklı seyahat alışkanlığı ve turizm çeşidi olarak turistler tarafından yoğun ilgiyle tercih edilmeye başlanmıştır. Gastronomi yeme-içme faaliyetlerinden oluşan tüm kural ve süreçleri içeren, yemek yeme sanatı olarak adlandırılmaktadır (Seyitoğlu ve Çalışkan, 2014, s. 24). Gastronomi turizmi ise destinasyonların yiyecek-içecek kültürünü keşfetmek amacıyla yapılan seyahatleri ifade etmektedir (Orhan, 2021, s. 280). Gastronomi turizmi hem Türkiye hem de yedi farklı coğrafi bölgesi açısından önem arz etmektedir. Çünkü Türkiye farklı etnik grupların bir arada yaşadığı ve etkileşim içinde olduğu bir yapıya sahiptir. Kültürlerin korunması ve etkileşmesi Türkiye’de zengin bir mutfağın ortaya çıkmasına neden olmuştur (Esen ve Seçim, 2020, s. 159; Küçükyaman vd., 2018, s. 87). Türkiye, coğrafi çeşitliliği sayesinde çok sayıda yöresel lezzete ev sahipliği yapmaktadır. Güneyinden kuzeyine, batısından doğusuna kadar her bölgenin kendine özgü yöresel lezzetleri ve kültürel farklılıkları ön plana çıkmaktadır (Kurnaz ve İşlek, 2018, s. 50). Yöresel çeşitliliklerde birçok etken rol oynamaktadır. Coğrafi konumdan, üretim biçimlerine, tarihsel süreçlerden, kültürel ve ekonomik ilişkilere kadar pek çok faktör bu çeşitliliğin oluşmasında önemli bir yer tutmaktadır (Özel, Yıldız ve Akbaba, 2017, s. 352). Bu çeşitlilikler ve etkenler yöresel mutfakların ortaya çıkmasını kaçınılmaz kılmıştır. Yöresel mutfaklar kapsamında yer alan her bir değer korunarak tanıtılması ve etkili pazarlama yöntemleriyle pazarlanması hem bu mutfakların yaşamasına hem de turizm sayesinde tanıtılmasına ve buradan gelir elde edilmesine fayda sağlamaktadır (Aksoy ve Sezgi, 2015, s. 87).

Yöresel mutfak, yöreye özgü olan, yörenin kültürünü yansıtan, yiyecek ve içeceklerin hazırlanmasını, pişirilmesini, saklanmasını, tüketilmesini ve servis tekniklerini, bu alanda kullanılan araç- gereçleri, mutfağın konumunu, dini etkilerini ve kültürel yapı sürecinin tamamını kapsamaktadır (Küçükyaman vd., 2018, s. 87). Turistik açıdan önemli bir çekim unsuru haline gelen yöresel mutfak, yerel kültürel değerler ve bu değerlerin bir parçası olan yöresel mutfak unsurları, bölge insanına ekonomik katkı sağlama noktasında önemli görülmektedir (Usta, 2017, s. 1; Akdemir ve Selçuk, 2018, s. 10; Büyükmehmetoğlu ve Oktay, 2021, s. 242). Yöresel mutfak, turizm içerisinde önemli bir pazarlama aracıdır. Yöresel mutfağın turizme entegre edilmesi ile ziyarette bulunan turistler yörenin ekonomik kalkınmasına ve gelişmesine fayda sağlamaktadır (Esen ve Seçim, 2020, s. 159).

Yöresel mutfakların, turizmi geliştirmenin yanı sıra, aynı zamanda kültürel mirası koruma, yerel tarımı destekleme gibi konular için de potansiyeli bulunmaktadır. Destinasyonların bu amaçla seyahat eden turistleri çekebilmek için yöresel lezzetleri ön plana çıkarmaya özen göstermeleri gerekmektedir (Alphan, 2017, s. 49). Yöresel mutfak, bölgedeki insanların alışkanlıklarını, inançlarını, toplumsal yapılarını ve tarihsel deneyimlerini yansıtmaktadır. Kültürel mirasın bir parçası olarak bölgeye özgünlük sağlamaktadır (Hatipoğlu vd., 2013, s. 7). Yöresel mutfaklar, kültürel miras teorisi kapsamında, bir toplumun tarihsel birikimini, kimliğini, geçmişini ve değerlerini yansıtan önemli bir unsur olarak kabul edilmektedir. Kültürel miras teorisi, kültürün, nesiller arası aktarılan öğelerden oluştuğunu savunur ve bu öğelerin korunmasını, sürdürülmesini ve geleceğe taşınmasını vurgulamaktadır. Yöresel mutfaklar kapsamında yer alan yemeklerin tadılması, turistlerin yerel halkla etkileşimde bulunmalarını, onların günlük yaşamlarına ve geleneklerine dair derinlemesine bir turizm deneyimi yaşamalarını sağlamaktadır (Cohen ve Avieli,

2004; UNESCO, 2003). Bu tür turizmde yemekler, sadece bir beslenme aracından öte, bir kültür, gelenek ve kimlik ifadesidir. Turistler, yöresel yemekleri tatmanın yanı sıra, yemeklerin yapım süreçlerini gözlemleyebilmekte, yerel halkla etkileşimde bulunabilmekte ve bölgenin tarihsel mirasını daha yakından keşfedebilmektedir (Sims, 2009). Deneyimsel turizm “*kültürel etkileşim bağlamında, turistin ihtiyaçlarına, ilgi alanlarına, motivasyonlarına, yeni duygular ve hisler yaşaması için yerel halkla kültürel etkileşim kurmasına ve gerçek yerel değerleri deneyimlemesine odaklanan bir turizm şekli*” olarak ifade edilmektedir (Stamayer vd. (2019)’dan aktaran Başoda ve Varol, 2022). Bu nedenle yöresel mutfakların turizm ürünü olarak kullanılması da “deneyimsel turizm teorisi” kapsamında ele alınabilmektedir.

Özetle, ilgili literatürde yöresel mutfakların son dönemlerde ön plana çıktığı ve önemli hale geldiği açıkça belirtilebilmektedir. Yöresel mutfakların gerek destinasyonların pazarlanması da gerekse gastronomi turizminin gelişmesinde önemli bir araç olduğu bilinmektedir (Okumuş, Okumuş ve McKercher, 2007; Kivela ve Crofts, 2006). Türkiye’nin çeşitli bölgelerinde gastronomi turizmi ve yerel halkın bu sürece bakışı üzerine çalışmalar yapılmıştır (Şeyhanlıoğlu, 2023; Karakuş, Onat ve Güneren, 2020). Ancak Bitlis gibi henüz gastronomi turizmi açısından yeterince gelişmemiş (Şengül, 2017) ve bilimsel olarak az incelenmiş bölgelerde (Ercan, 2020) bu konunun nasıl algılandığına dair sınırlı sayıda araştırma bulunmaktadır. Özellikle, Bitlis yöresel mutfağının bir turizm ürünü olarak kullanılabilirliğine ilişkin yerel halkın tutum ve değerlendirmeleri, literatürde önemli bir boşluk oluşturmaktadır. Bu çalışma söz konusu boşluğu doldurmayı hedeflemektedir. Yöresel mutfakların kültürel kimliğin ve mirasın korunması, ekonomik katkı, yerel kalkınma, sürdürülebilirlik, destinasyon çekiliği sunma gibi (Sims, 2009; Everett ve Aitchison, 2008; Bessiere, 1998) bilinen çok fazla faydasının bulunması dolayısıyla turizme kazandırılmasının önemli olduğu düşünülmektedir. Bitlis ili yöresel mutfağının zenginliği ve ürünlerinin turizm açısından önemi göz ardı edilememektedir. Bitlis yöresel mutfağı kapsamında yer alan ürünlerin, turizm hareketliliği yaratma ve turizm hareketliliğinden kaynaklanacak ekonomik, sosyal vb. faydaları ortaya çıkarma potansiyelinin var olduğu düşünülmektedir. Ancak bu potansiyele rağmen Bitlis yöresel mutfağından Bitlis için elde edilebilecek fayda ve ekonomik katkının tam anlamıyla sağlanamadığı da ifade edilebilmektedir. Diğer bir ifadeyle Bitlis, zengin çok kültürlü mutfak yapısı, yeterince araştırılmamış gastronomik potansiyeli ve turistik çeşitlendirme imkânları ile gastronomi turizmi açısından dikkate değer, ancak yeterince değerlendirilmemiş bir vakadır (İnak ve Özel, 2023; Ercan, 2020; Arıncı, 2017; Şengel ve Zengin, 2017). Bu nedenle Bitlis yöresel mutfağının turizm ürünü olarak kullanılması noktasında yerel halkın değerlendirmelerinin ne olacağının merak edilmesi mevcut araştırmanın ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Bu açıklamalardan hareketle mevcut araştırmanın problem durumu “Bitlis yöresel mutfağının turizm ürünü olarak kullanılması yerel halk tarafından nasıl değerlendirilmektedir?” sorusu ile ifade edilebilmektedir. Buna ek olarak “Bitlis yöresel mutfağının turizm ürünü olarak kullanımının yerel halk tarafından değerlendirilmesinin bazı sosyo-demografik değişkenler açısından farklılık göstermekte midir?”, “Bitlis yöresel mutfağının turizme kazandırılması yerel halk tarafından nasıl değerlendirilir?” ve “Bitlis yöresel mutfağının tanıtımı ile ilgili sorunlar (üretim, tanıtım ve sürdürülebilirlik açısından) nelerdir?” gibi alt problemlere de yanıt aranmıştır. Çalışma Bitlis yöresel mutfağının turizmde değerlendirilmesine yönelik yerel halkın bakış açısını ortaya koymakta ve bu perspektifin turizm politikaları açısından nasıl değerlendirilebileceğine dair bir zemin sunmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Araştırmanın bu kısmında yöresel mutfağın turizm ürünü olarak değerlendirilmesi, Bitlis yöresel mutfağı ve literatür taraması ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

2.1. Yöresel Mutfağın Turizm Ürünü Olarak Değerlendirilmesi

Yeme-içme gereksinimi, insanlığın varoluşuyla birlikte ortaya çıkmıştır ve yaşam için zorunlu bir faaliyet olarak en temel fizyolojik ihtiyaçlardan biridir (Özel vd., 2017, s. 352). Yaşamsal faaliyetlerin yerine getirilmesinde hayati önem taşıyan yeme içme eylemi, basit bir yeme içme

faaliyetinden çok daha fazlasını kapsamakta ve ifade etmektedir. Yeme-içme temel ihtiyacı, değişen zaman ve kuşaklarla birlikte sunum türünden sofraya kültürüne, yeni lezzetler keşfetmekten tüketim alışkanlıklarına kadar pek çok şekilde kendini gösterebilmekte ve toplumların mutfak kültürlerinin oluşmasına ortam yaratmaktadır (Düzgün ve Durlu-Özkaya, 2015, s. 42; Çaycı ve Aktaş, 2018, s. 712).

Toplumlara ait mutfak kültürü diğer bir ifadeyle yöresel mutfak kültürü, “yöresel doğal kaynaklardan elde edilen ve kültürel olarak kabul gören belirli bir kültürdeki tüm gıdalar” şeklinde tanımlanmaktadır. Yöresel mutfak kültürlerinin oluşumunda, bölgede yetişen ürünler, beslenme alışkanlıkları, milli ve dini etkiler, tarihsel birikim gibi faktörler etkili olmaktadır. Ancak yöresel mutfak kültürü sadece yerel malzemelere dayanan yemeklerle sınırlı kalmamaktadır. Ek olarak yöresel mutfak kültürleri kapsamında yemeklerin hazırlanması, pişirilmesi, muhafaza edilmesi ve servis şekli de yer almaktadır. Aynı zamanda bölgenin kültürel kimliğini gelenek ve göreneklerini de yansıttığı ifade edilmektedir (Şengül ve Genç, 2016, s. 82; Alphan, 2017, s. 49; Çam ve Çılgınoğlu, 2021, s. 178).

Turistik çekicilik unsuru olan yöresel mutfak, turistler için seyahat amacını çeşitlendirmektedir. Turistlerin tercih ettikleri mutfak anlayışı, destinasyonların rekabetçi olmasında ve sürdürülebilir turizm politikalarının geliştirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Mil ve Denk, 2015, s. 2). Turistik çekicilik unsuru olan yöresel mutfaklar, ülkenin turizmüne katkı sağlamada önem arz etmektedir (Ceyhun-Sezgin ve Onur, 2017, s. 212). Diğer taraftan destinasyonlar tarafından yöresel mutfakların turizm ürünü olarak değerlendirilmesinin turistik cazibe oluşturma, kültürel deneyim sunarak turistleri cezbetme, bölgesel ekonomik kalkınmaya katkı sağlama, destinasyon kimliği oluşturma, destinasyon imajını güçlendirme gibi olumlu katkılarının bulunduğu ifade edilmektedir (Yeboah ve Ashie, 2024; Nadalipour vd., 2022; Tiwari, 2021; Rachão vd., 2019). Bir yöresel yemeğin, tadı, hazırlanışı ve sunumu, turistlerin destinasyondaki deneyimlerini zenginleştirmektedir. Bu faktörler, yerel mutfakların tanıtımında çeşitlilik sunmakta, yeni ürünlerin ortaya çıkmasını sağlamakta, tarımsal ürünlerin turizmde yer almasına imkân tanımakta ve gastronomi alanında güçlü bir ağ kurmaktadır. Yemekler aracılığıyla kültürle daha derin bir bağ kuran turistler hem duysal hem de kültürel olarak tatmin edici bir seyahat deneyimi yaşamaktadır (Kılınç ve Kılınç, 2018, s. 395). Yöreye has lezzetlerin tadımı, bu lezzetlerin nasıl üretildiğini öğrenme deneyimi sunmakta ve turistlerin ilgisini çekmektedir (Yarış ve Toprak, 2017, s. 61; Esen ve Seçim, 2020, s. 280).

Yöresel mutfaklar kapsamında yer alan yöresel yemeklerin oluşumu, bölgenin tarihsel ve doğal faktörleriyle derin bir ilişki içinde bulunmaktadır. Yöresel yemekler yerel ürünleri kullanarak tarımsal uygulamaları teşvik etmekte, bölgenin zengin kültürel geçmişini de ziyaretçilere sunmaktadır. Yöresel yemekler ve buna bağlı olarak da yöresel yemek sunan yiyecek içecek işletmeleri turistlerin ilgisini çekmekte ve turistler tarafından talep edilmektedir (Kurnaz ve İşlek, 2018, s. 51). Diğer taraftan yöresel yemekler, yerel ekonomilerin sürdürülebilirliği ve gastronomi turizminin gelişmesinde önemli bir yer tutmaktadır. Turistlerin yöreye ilgisi arttıkça, yerel üreticilerin gelir kaynakları çeşitlenmekte ve turizme dayalı hizmet sektörü gelişmektedir. Bu süreç, bölgenin çevresel sürdürülebilirliğini olumlu yönde etkilemekte, yerel halkın yaşam standartlarını iyileştirebilmektedir. Önemli bir turistik çekicilik unsuru haline gelen yöresel mutfağın korunması ve tanıtılması, bölgesel kimliklerin gelecek nesillere aktarılmasına yardımcı olmaktadır (Ceylan ve Güven, 2018, s. 452).

2.2. Bitlis Mutfağı

Bitlis, günümüz Türkiye’inde Doğu Anadolu bölgesinde yer almakta ve merkez dâhil 7 ilçeden oluşmaktadır. Stratejik konumundan dolayı tarih boyunca önemini yitirmemiş olan Bitlis, Neolitik Çağ’dan günümüze farklı pek çok etnik gruba ev sahipliği yapmış, bu süreçte önemli kültürel miraslar edinmiştir. Bölge kadim tarihi, coğrafi konumu ve İpekyolu üzerinde yer almasının sağladığı kültürel etkileşimler sayesinde şekillenmiş; ticaret, ilim, sanat ve huzur merkezi olarak gelişmiştir (Şengel, 2015, s. 8; Yeşil ve Çelik Yeşil, 2022, s. 1644).

Her bölgenin olduğu gibi Bitlis'in mutfağı da yöredeki ekonomik koşullar, geleneksel alışkanlıklar ve kendine özgü yemek yapma teknikleriyle şekillenmiş, oldukça çeşitli ve zengin içeriğe sahip bir mutfak kültürü oluşmuştur. Bitlis mutfağı, bölgenin coğrafi ve iklimsel özelliklerine bağlı olarak, yerel ürünlerin yoğun kullanıldığı özgün yemekler sunmaktadır. Bitlis mutfağının en belirgin özelliklerinden biri, sebze, meyve, kıl keçileri, süt ürünleri, bal ve baharatların bir arada kullanıldığı kahvaltı ve yemeklerle kendine has bir lezzet anlayışı oluşturması olarak ifade edilmektedir. Bitlis mutfağında 216'dan fazla yöresel yemeğin ve yiyeceğin olduğu belirtilmektedir (Çelebi ve Çelebi, 2021, s. 9; İnak ve Özel, 2023, s. 281).

Bitlis yöresel mutfağını şekillendiren bir diğer unsur ise otlar olarak belirtilebilmektedir. Özellikle bölgede oldukça fazla bitki çeşidinin yer alması Bitlis yöresel mutfağının şekillenmesinde etkili olmuştur. Bitki çeşitleri yöresel yemeklerde ana malzeme olarak kullanılmakta ve her birinin kendine has aromatik tatları bulunmaktadır. Bitlis mutfağına ait yöresel yemeklerin yapımı zor olup, talep yetersizliği nedeniyle genelde evlerde yapılmaktadır. Büryan kebabı, katıklı dolma, içli köfte, tutmac aşısı, gebol, gari (kari) aşısı, has dolma, ciğer taplaması, turşlu dolma, afşor çorbası, yumurtalı yağ, ayran aşısı, keşkek ve çortu taplaması gibi yöresel yemekler Bitlis'te sıklıkla yapılmaktadır (Arıncı, 2017, s. 98; Kalaycı ve Kaya, 2019, s. 60).

2.3. Yöresel Mutfaklar ile İlgili Literatür Taraması

Çalışmanın bu bölümünde yöresel mutfakların turizm ürünü olarak kullanılması sonucu sağlanacak faydalara dikkat çekmek adına ilgili literatürde yer alan araştırmalar yer almaktadır. Yöresel mutfakların korunmasına, tanıtımına, sürdürülebilirliğine gerekli önemin verilmesi ve bu konularda gerekli girişimlerin gerçekleştirilmesiyle, mutfakların turistik ürün olarak turizme kazandırılmasının ve yöresel mutfaklardan ekonomik faydanın sağlanmasının kaçınılmaz olacağı açıkça belirtilebilmektedir.

Baran ve Batman (2022), Büyükmehmetoğlu ve Oktay (2021) ve Çam ve Cılgınoğlu (2021) tarafından yöresel mutfaklara gereken önemin verilmesi gerektiği, yöresel mutfakların destinasyon pazarlaması açısından önemli bir potansiyel sağladığı ve tanıtımlarının aktif şekilde sürdürülmesi gerekliliği belirtilmektedir. Düzgün ve Durlu-Özkaya (2015)'de benzer şekilde yöresel mutfaklar açısından tanıtımın önemli olduğuna, yapılacak tanıtımlarla yöresel mutfakların korunmasının sağlanabileceğine ve sürdürülebilirliğe katkı sağlanacağına dikkat çekmektedir. Akdemir ve Selçuk (2018) ve Aksoy ve Sezgi (2015) ise yöresel mutfakların turizme kazandırılması noktasında yerel halkın desteğinin önemli olduğunu ifade etmektedir. Ancak süreçte yalnızca yerel halk yeterli olamamaktadır. Yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşlarının sürece destek vermelerinin önem arz ettiği belirtilmektedir. Esen ve Seçim (2020) ve Mil ve Denk (2015) ise yöresel mutfakların ekonomik faydasına dikkat çekmektedirler. Yöresel mutfakların yerel halka ek gelir sağlaması, yerel istihdamı artırması, bölge ekonomisine katkıda bulunması gibi faydaları açısından etkin şekilde değerlendirilmesi gerekliliği ifade edilmektedir.

3. YÖNTEM

Bu araştırma, Bitlis yöresel mutfağının turizm ürünü olarak kullanımının yerel halk tarafından değerlendirilmesini belirlemek ve bu değerlendirmelerin bazı sosyo-demografik değişkenler açısından incelemek amacıyla yapılmıştır. Bu amaca yönelik olarak araştırmada çok sayıda katılımcıya ulaşmak, veriler istatistiksel olarak ölçülmek ve bulgular genellenmek istendiğinde nicel araştırma yöntemi (Başol, 2008, s. 7) kullanılmıştır.

Bu araştırmanın evrenini, Bitlis yöresel mutfağı ve gıda ürünleri hakkında bilgi sahibi olan ve bunların turistik ürün olarak kullanımında fikir sahibi olduğu düşünülen ve il sınırları içerisinde yaşayan yerel halk oluşturmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (2024) verilerine göre 2023 yılı için Bitlis ili nüfusu 359.747 kişi olarak belirtilmektedir. Farklı evren büyüklükleri için hesaplanmış örneklem büyüklüklerinden hareketle mevcut araştırmanın evren sayısından yola çıkılarak örneklem büyüklüğü %95 anlamlılık düzeyinde ve 0,05 örneklem hatası ile 384 kişi olarak tespit edilmiştir (Ural ve Kılıç, 2013, s. 36). Anket uygulaması sonucunda araştırmaya katılan Bitlis yerel

halkından 404 kişi araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Araştırmada örnekleme yöntemi olarak amaçlı (kasti) örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Amaçlı (kasti) örnekleme, araştırmacının belirli bir amaca veya kriterlere göre bilgi sağlayabileceğine inandığı katılımcıları seçtiği örnekleme yöntemi olarak bilinmektedir. Örneklem seçimi rastgele yapılmamakta, belirli özelliklere sahip bireylerin seçilmesine dayanmaktadır. Temelinde bilgi açısından zengin katılımcıların seçilmesi yatmaktadır. Bu katılımcılar, araştırma konusu hakkında doğrudan deneyime veya bilgiye sahip oldukları için, derinlemesine veri elde edilmesine katkıda bulunmaktadır (Palinkas vd., 2015; Creswell, 2013). Bitlis yöresel mutfağı ve gıda ürünleri hakkında bilgi sahibi olmak ve bu unsurların turistik ürün olarak kullanımına ilişkin fikir sahibi olmak, katılımcıların bu çalışmaya dâhil edilmesinde temel kriterlerden biridir. Bu nedenle çalışmada uygulanan anket formunun başlangıç kısmında katılımcılara “Bitlis yöresel mutfağı hakkında bilgi sahibi misiniz?” ve “Yöresel gıda ürünlerinin turizmde kullanılabileceğini düşünüyor musunuz?” şeklinde iki ön değerlendirme sorusu yöneltilmiş ve sadece bu kriterleri sağlayan katılımcıların verileri analize dâhil edilmiştir. Kriterleri sağlamayanlar için anket formu sonlandırılmıştır. Yüz yüze ve online olarak uygulanan her iki kanal anket formları için de süreç aynı şekilde yönetilmiştir.

Araştırma amacına hizmet eden verileri en hızlı ve en fazla şekilde toplamak amacıyla anket tekniği tercih edilmiştir. İki bölümden oluşan anket formunun birinci bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla 7 soruya yer verilmiştir. Bu kapsamda cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, meslek, aylık gelir ve iş alanı katılımcılara yönlendiren soruları oluşturmaktadır. Anketin ikinci bölümünde ise yerel halkın Bitlis ili yöresel mutfağının turizme kazandırılmasına yönelik değerlendirmelerini belirlemek amacıyla Akdemir (2018) tarafından doktora tezinde kullanılmış ve 17 sorudan oluşan ölçek tercih edilmiştir. Katılımcıların 17 ifadeye ilişkin değerlendirmelerini belirlemek amacıyla 5’li likert derecelendirmesi “1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum” kullanılmıştır.

Araştırmada birincil ve ikincil verilerden faydalanılmıştır. Araştırmanın ana çerçevesini oluşturan kavramların açıklanması amacıyla öncelikle literatür taraması gerçekleştirilmiş ve ilgili akademik çalışmalar (bildiri, makale, tez vb.), kurumsal internet siteleri, kurum ve kuruluşlara ait yayınlar gibi farklı kaynaklar kullanılmıştır. Ardından hazırlanmış anket formu Aralık 2024 tarihinde Bitlis ili yerel halkına araştırmacılar tarafından yüz yüze ve online olarak uygulanmıştır. Çalışma, etik araştırma ilkelerine uygun şekilde yürütülmüştür. Anket formunun uygulanmasına geçmeden önce anket formu için Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi 09.12.2024 tarihli ve 2024/25-21 sayılı toplantısında “Etik Kurul Onayı” alınmıştır. Ayrıca araştırmaya başlamadan önce yüz yüze gerçekleştirilen anket formları için katılımcılara çalışmanın amacı, süresi, verilerin gizliliği ve gönüllülük esasına dayandığı konusunda bilgi verilmiş, bilgilendirilmiş onamları sözlü olarak alınmıştır. Online uygulanan anket formların için ise bilgilendirilmiş onamları çevrim içi onay kutusu yoluyla alınmıştır.

Araştırmada verilerin elde edildiği örneklem ile ilgili bilgi vermek için tanımsal analizlerden faydalanılmıştır. Ardından ölçeğe ait Cronbach’s Alfa katsayısı hesaplanmıştır. Aynı zamanda ölçekte bulunan ifadeler için toplam madde korelasyon değerleri de incelenmiştir. Ölçeğin demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için ise farklılık testlerinden faydalanılmıştır. Bu süreçte öncelikle verilerin normal dağılım gösterip göstermedikleri “Skewness-Kurtosis” katsayısı ile belirlenmiştir. Verilerin normal dağılıma sahip olmamasından dolayı parametrik olmayan testler kullanılmıştır.

3.1. Araştırmanın Hipotezleri

Bu araştırmanın temel amacı, Bitlis ili yöresel mutfağının turizm ürünü olarak kullanılmasına yönelik yerel halkın değerlendirmelerinin belirlenmesi ve bu değerlendirmelerin bazı sosyo-demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesidir. Araştırmanın temel amacının yanı sıra yerel halkın yöresel mutfağın turizme kazandırılmasını ne ölçüde desteklediğini de belirlemek alt amaç olarak belirtilebilmektedir. Demografik değişkenlerin yöresel

mutfaflara yönelik tutum, tercih ve değerlendirmeler üzerinde önemli etkilerinin bulunduğunu gösteren ve literatürde yer alan araştırmalardan hareketle (Kavak ve Pekerşen, 2022; Akdemir ve Selçuk, 2018; Şengül ve Türkay, 2018; Şengül ve Türkay, 2016) mevcut araştırmanın hipotezleri aşağıdaki şekilde ifade edilmektedir:

H₁: Katılımcıların cinsiyeti ile Bitlis ili yöresel mutfağının turizme kazandırılmasına yönelik değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₂: Katılımcıların yaşı ile Bitlis ili yöresel mutfağının turizme kazandırılmasına yönelik değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₃: Katılımcıların medeni durumu ile Bitlis ili yöresel mutfağının turizme kazandırılmasına yönelik değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₄: Katılımcıların eğitim durumu ile Bitlis ili yöresel mutfağının turizme kazandırılmasına yönelik değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₅: Katılımcıların mesleği ile Bitlis ili yöresel mutfağının turizme kazandırılmasına yönelik değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₆: Katılımcıların aylık geliri ile Bitlis ili yöresel mutfağının turizme kazandırılmasına yönelik değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₇: Katılımcıların iş alanı ile Bitlis ili yöresel mutfağının turizme kazandırılmasına yönelik değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

4. BULGULAR

Araştırmanın bu kısmında verilerin analizi sonucunda elde edilmiş bulgulara sırasıyla yer verilmektedir.

4.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Araştırma verilerinin elde edildiği örneklem grubu olan Bitlis yerel halkının özelliklerini belirlemek amacıyla katılımcılara “cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, meslek, aylık gelir ve iş alanı” soruları yönlendirilmiştir. Bu sorulardan elde edilen bulgular Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

	Değişkenler	Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	235	58,2
	Erkek	169	41,8
Yaş	18-24	84	20,8
	25-34	175	43,3
	35-44	94	23,3
	45-54	37	9,2
	55 ve üzeri	14	3,4
Medeni Durum	Evli	209	51,7
	Bekar	195	48,3
Eğitim Durumu	Okur-yazar	15	3,7
	İlköğretim	38	9,4
	Lise	116	28,7
	Önlisans	107	26,5
	Lisans	106	26,3
	Lisans üstü	22	5,4

Meslek	İşçi	36	8,9
	Ev Hanımı	95	23,5
	Özel Sektör	73	18,1
	Devlet Memuru	107	26,5
	Esnaf	26	6,4
	Serbest Meslek	27	6,7
	Öğrenci	40	9,9
Aylık Gelir	0-17000	135	33,4
	17001-35000	86	21,3
	35001-53000	118	29,2
	53001 TL ve üzeri	65	16,1
İş Alanı	Turizmle İlgili	49	12,1
	Turizm Dışı	355	87,9
Toplam		404	100,0

Tablo 1’de yer alan bulgulardan hareketle katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile ilgili bulgular şu şekildedir: Araştırmaya toplam 404 kişi katılmıştır. Bunların %58,2’si (235 kişi) kadın, %41,8’i (169 kişi) erkektir. Katılımcıların yaşları %20,8’i (84 kişi) 18-24 yaş, %43,3’ü (175 kişi) 25-34 yaş, %23,3’ü (94 kişi) 35-44 yaş, %9,2’si (37 kişi) 45-54 yaş ve son olarak %3,5’i (14 kişi) 55 yaş ve üzeri olarak dağılmaktadır. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde %3,7’si (15 kişi) okur-yazar, %9,4’ü (38 kişi) ilköğretim, %28,7’si (116 kişi) lise, %26,5’i (107 kişi) ön lisans, %26,2’si (106 kişi) lisans, %5,4’ü (22 kişi) lisans üstüdür. Katılımcıların medeni durumları %51,7’si (209 kişi) evli ve %48,3’ü bekar olarak dağılmaktadır. Katılımcıların meslekleri incelendiğinde, %8,9’u (36 kişi) işçi, %23,5’i (95 kişi) ev hanımı, %18,1’i (73 kişi) özel sektör, %26,5’i (107 kişi) devlet memuru, %6,4’ü (26 kişi) esnaf, %6,7’si (27 kişi) serbest meslek, %9,9’u (40 kişi) öğrencidir. Katılımcıların aylık geliri %33,4’ü (135 kişi) 0-17000 TL, %21,3’ü (86 kişi) 17001-35000 TL, %29,2’si (118 kişi) 35001-53000 TL, %16,1’i (65 kişi) 53001 TL ve üzeri gelire sahiptir. Katılımcıların %12,1’i (49 kişi) turizmle ilgili bir işte çalışırken, %87,9’unun (355 kişi) turizm dışı bir işte çalıştığı görülmektedir.

4.2. Ölçeğe Ait Güvenirlilik Analizi Bulguları ve Ölçekte Yer Alan Maddelerin Aritmetik Ortalamaları

Güvenirlilik, bir ölçme aracıyla aynı koşullarda, benzer ve tutarlı sonuçların elde edilme derecesi olarak tanımlanmaktadır. Araştırmalarda Cronbach Alpha katsayısı kullanılarak temel alınan güvenirlilik analizlerinde sosyal bilimlerde, güvenirlilik kat sayı değerinin $0,81 < a < 1,00$ aralığında olması yüksek güvenirlilikte olduğunu, $0,61 < a < 0,80$ olması orta güvenirlilikte, $0,41 < a < 0,60$ aralığında olması düşük güvenirlilikte ve $0,00 < a < 0,40$ aralığında olması da ölçeğin güvenilir olmadığını göstermektedir (Altunışık vd., 2012; Kılıç, 2016, s. 48). Yapılan araştırmada kullanılan ölçeğin güvenirlilik analizi sonuçlarına göre 17 ifadenin Cronbach Alpha güvenirlilik düzeyi $a=0,948$ olarak bulunmuştur. Bu sonuç ölçeğin yüksek güvenirliliğe sahip olduğu göstermektedir. Ölçeğe ait güvenirlilik kat sayısı ve ölçek maddelerine ait aritmetik ortalamalar Tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2. Ölçeğe İlişkin Güvenirlilik Analizi Bulgusu ve Ölçek Maddelerine Ait Aritmetik Ortalamalar

İfadeler	$\bar{x}$	ss
1. Yöresel mutfak, Bitlis ilinin tanıtımı açısından önemlidir.	4,36	0,98
2. Yöresel mutfak, Bitlis ilindeki kültürel değerlerin tanınırlığını artırır.	4,34	0,95
3. Yöresel mutfak, Bitlis ilindeki kaybolmaya yüz tutmuş geleneklerin canlanmasını sağlar.	4,26	1,06
4. Yöresel mutfak, Bitlis iline ekonomik açıdan katkı sağlar.	4,24	1,01
5. Yöresel mutfak, Bitlis iline yapılacak yatırımları teşvik eder.	4,21	1,08
6. Yöresel mutfak, Bitlis ilinin istihdamını artırır.	4,03	1,12
7. Yöresel mutfak, Bitlis ilinin altyapı ve üst yapı olanaklarının gelişmesini sağlar.	3,88	1,21
8. Yöresel mutfak, Bitlis ilinde yiyecek içecek turizminin gelişmesini sağlar.	4,25	0,97

9. Yöresel lezzetlerin turizme kazandırılmasını destekliyorum.	4,40	0,93
10. Yöresel lezzetlerin turizme kazandırılması için tecrübe ve bilgi birikimimi başkaları ile paylaşıyorum.	4,21	0,99
11. Bitlis'te yöresel lezzetlerin turizme kazandırılması için yapılan projelerin yeterli olduğuna inanıyorum.	2,98	1,47
12. Bitlis'te yöresel lezzetlerin turizme kazandırılması için yerel yönetimlerin ve sivil toplum kuruluşlarının yeterli çalıştığına inanıyorum.	2,99	1,43
13. Bitlis'te yöresel lezzetlerin turizme kazandırılmasının Bitlis'e gelen turist sayısını arttıracaklarını düşünmekteyim.	3,99	1,08
14. Bitlis'te yöresel lezzetlerin turizme kazandırılması yerel yiyeceklerin korunmasını sağlayacaktır.	4,28	0,90
15. Yöresel yemek üretimi kadınların iş gücü piyasasına girmesini sağlar.	4,31	0,92
16. Yöresel lezzetlerin turizme kazandırılması kadın istihdamının artırılması yönünde fayda sağlar.	4,27	0,92
17. Turizmin Bitlis ili için önemli olduğunu düşünüyorum.	4,43	0,92
Toplam	4,08	0,79
Cronbach Alpha (α) = 0,948		

Yöresel mutfağın turizme kazandırılmasına yönelik ifadelerin aritmetik ortalaması 4,08 olarak tespit edilmiştir. Tablo 2 incelendiğinde “Turizmin Bitlis ili için önemli olduğunu düşünüyorum” ifadesi 4,43 oranı ile ilk sırada, “Yöresel lezzetlerin turizme kazandırılmasını destekliyorum” ifadesi 4,40 oranı ile ikinci sırada, “Yöresel mutfak, Bitlis ilinin tanıtımı açısından önemlidir” ifadesi ise 4,36 oranı ile üçüncü sırada en yüksek katılımı almıştır. Bu bulgulardan hareketle Bitlis yöresel mutfağına yönelik tanıtımın, Bitlis yöresel mutfağının ve yöresel mutfak kapsamında yer alan yöresel lezzetlerin turizme kazandırılmasının Bitlis yerel halkı tarafından desteklendiği belirtilebilmektedir. Ek olarak turizmin Bitlis için önemli olduğu da yerel halk tarafından kabul edildiği ifade edilebilmektedir.

Tablo 2'ye göre katılımcılardan ortalama altında en düşük katılımı alan ifadeler sırasıyla 2,98 ile “Bitlis'te yöresel lezzetlerin turizme kazandırılması için yapılan projelerin yeterli olduğuna inanıyorum” ve 2,99 ile “Bitlis'te yöresel lezzetlerin turizme kazandırılması için yerel yönetimlerin ve sivil toplum kuruluşlarının yeterli çalıştığına inanıyorum” şeklindedir. Bu bulgulardan hareketle Bitlis yöresel mutfağının ve yöresel mutfak kapsamında yer alan lezzetlerinin turizme kazandırılması için yeterli girişimlerde bulunulmadığı ve kurum ve kuruluşların konu ile ilgili olarak desteklerinin yeterli olmadığı belirtilebilmektedir.

4.3. Farklılık Testleri

Araştırmanın bu bölümünde katılımcıların Bitlis yöresel mutfağının turizm ürünü olarak kullanımına yönelik değerlendirmelerinin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılmış farklılık testlerine ait bulgular yer almaktadır. Araştırmaya katılan katılımcıların, Bitlis yöresel mutfağının turizm ürünü olarak kullanımına yönelik değerlendirmelerinin, sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği uygun istatistiksel analizlerle test edilmiştir. Katılımcıların Bitlis yöresel mutfağının turizm ürünü olarak kullanımına yönelik değerlendirmelerinin, sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgulara Tablo 3 ve Tablo 4'te yer verilmiştir.

Tablo 3. Katılımcıların Cinsiyeti, Medeni Durumu ve İş Alanı ile Bitlis Yöresel Mutfağının Turizme Kazandırılmasına Yönelik Değerlendirmeleri Arasındaki Mann-Whitney U Test Sonuçları

	Değişkenler	Sayı	Sıralama Değeri Ortalaması	Sıralama Değeri Toplamı	Mann-Whitney U	p
Cinsiyet	Kadın	235	206,26	48470,00	18975,000	0,445
	Erkek	169	197,28	33340,00		
Medeni Durum	Evli	209	211,09	44117,50	18582,500	0,125
	Bekar	195	193,29	37692,50		
İş Alanı	Turizmle İlgili	49	207,52	10168,50	8451,500	0,748
	Turizm Dışı	355	201,81	71641,50		
Toplam		404				

Tablo 3'te de görüldüğü üzere katılımcıların Bitlis yöresel mutfağının turizm ürünü olarak kullanımına ilişkin değerlendirmeleri, cinsiyetlerine ($p=0,445$), medeni durumlarına ($p=0,125$), ve iş alanlarına ($p=0,748$) göre farklılık göstermemektedir ($p>0,05$). Bu da test edilen ifadelerle yönelik görüşlerin, cinsiyet, medeni durum ve iş alanı değişkenlerinden etkilenmediği anlamına gelmektedir. Yöresel mutfağın turizm ürünü olarak kullanılmasının, katılımcıların cinsiyet, medeni durum ve iş alanı gibi demografik özelliklerinden bağımsız olarak genellikle benzer şekilde değerlendirildiği söylenebilmektedir. Bu bulgulardan hareketle H_1 , H_3 ve H_7 hipotezlerinin desteklenmediği belirtilebilmektedir.

Tablo 4. Katılımcıların Yaşı, Eğitim Durumu, Mesleği ve Aylık Geliri ile Bitlis Yöresel Mutfağının Turizme Kazandırılmasına Yönelik Değerlendirmeleri Arasındaki Kruskal-Wallis Test Sonuçları

	Değişkenler	Sayı	Sıralama Değeri Ortalaması	Chi-Square	p
Yaş	18-24	84	205,50	10,177	0,038
	25-34	175	220,60		
	35-44	94	181,56		
	45-54	37	175,45		
	55 ve üzeri	14	173,11		
Eğitim Durumu	Okur-yazar	15	145,37	8,902	0,113
	İlköğretim	38	188,93		
	Lise	116	194,78		
	Önlisans	107	209,21		
	Lisans	106	222,08		
	Lisans üstü	22	178,59		
Meslek	İşçi	36	212,58	3,817	0,701
	Ev Hanımı	95	196,69		
	Özel Sektör	73	204,25		
	Devlet Memuru	107	216,65		
	Esnaf	26	182,88		
	Serbest Meslek	27	189,65		
	Öğrenci	40	187,60		
Aylık Gelir	0-17000	135	201,70	0,832	0,842
	17001-35000	86	207,56		
	35001-53000	118	205,75		
	53001 TL ve üzeri	65	191,57		
Toplam		404			

Tablo 4'te de görüldüğü üzere katılımcıların Bitlis yöresel mutfağının turizm ürünü olarak kullanımına ilişkin değerlendirmeleri, eğitim durumlarına ($p=0,113$), mesleklerine ($p=0,701$) ve aylık gelirlerine ($p=0,842$) göre farklılık göstermemektedir ($p>0,05$). Bu da test edilen ifadelerle

yönelik görüşlerin, eğitim durumu, meslek ve aylık gelir değişkenlerinden etkilenmediği anlamına gelmektedir. Eğitim, meslek ve aylık gelir gibi demografik değişkenlerin Bitlis yöresel mutfağının turizm ürünü olarak kullanımına dair katılımcıların görüşlerini etkilemediği, bu faktörlerin değerlendirmeler üzerinde önemli bir fark yaratmadığı sonucuna ulaşılabilmektedir. Bu bulgulardan hareketle H₄, H₅ ve H₆ hipotezlerinin desteklenmediği belirtilebilmektedir.

Tablo 4'te de yer verildiği üzere katılımcıların Bitlis yöresel mutfağının turizm ürünü olarak kullanımına ilişkin değerlendirmeleri, yaşlarına ($p=0,038$) göre farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Bu bulgu farklı yaş gruplarının yöresel mutfakların turizm ürünü olarak kullanılmasıyla ilgili farklı algı ve değerlendirmelere sahip olduğunu göstermektedir. Yaş, Bitlis yöresel mutfağının turizm ürünü olarak değerlendirilmesinde önemli bir değişken olarak ortaya çıkmaktadır. Katılımcıların yaşı, onların yöresel mutfağa bakış açılarını, bu mutfağı turistik bir ürün olarak nasıl algıladıklarını etkilemektedir. Bu bulgudan hareketle de H₂ hipotezinin desteklendiği söylenebilmektedir. 24-35 yaş aralığında bulunan katılımcıların diğer yaş gruplarına göre aralarında farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. 18-24 yaş aralığında bulunan katılımcıların, 35-44, 45-54 ve 55 yaş ve üzeri yaş gruplarına göre aralarında farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

5. SONUÇ, TARTIŞMA ve ÖNERİLER

Bitlis ilinin kültürü, tarihi, yöresel mutfağı ile turizm hareketliliği yaratma potansiyeline sahip olduğu belirtilebilmektedir. Bu unsurlardan yalnızca biri olan yöresel mutfağın aktif bir şekilde turizme kazandırılması ve potansiyelinden faydalanılmasının Bitlis ili için önemli olduğu söylenebilmektedir. Bu araştırma Bitlis yöresel mutfağının turizme kazandırılması yönünde Bitlis yerel halkının değerlendirilmelerinin belirlenmesi ve değerlendirmelerin katılımcıların bazı sosyo-demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulgularından, Bitlis yerel halkının Bitlis yöresel mutfağının turizm ürünü olarak kullanılmasına yönelik değerlendirmelerinin ölçüldüğü ifadelere ortalama üzerinde ($\bar{x}=4,08$) olumlu yönde bir katılım gösterdikleri görülmektedir. Bitlis yerel halkı, turizmi Bitlis ili için önemli görmekte, Bitlis yöresel ürünlerinin turizm ürünü olarak kullanılmasını desteklemekte ve Bitlis yöresel mutfağının Bitlis'in tanıtımı açısından önemli olduğunu düşünmektedir. Aynı zamanda Bitlis yerel halkının, Bitlis yöresel mutfağının turizm ürünü olarak kullanılmasının, Bitlis ili için sağlayacağı faydalar konusunda da farkındalıkları bulunmaktadır. Çünkü yöresel mutfağın turizm ürünü olarak kullanılması sonucunda Bitlis'te turizmin gelişmesi ve turist sayısını artması, istihdamın artması, ekonominin canlanması, yatırımları teşvik etmesi, alt ve üst yapı olanaklarının gelişmesi, tanınırlığın artması, sürdürülebilirliğin sağlanması gibi önemli konularda iyileşmelerin yaşanacağına inanılmaktadır. Ancak Bitlis yerel halkının katılım düzeylerinden, Bitlis yöresel mutfağının turizm ürünü olarak kullanılması noktasında birtakım eksikliklerin de var olduğu anlaşılmaktadır. Bu eksikliklerin özellikle yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşlarla ilgili olduğu söylenebilmektedir. Tam anlamıyla eksik olmasa da yerel yönetimlerin ve sivil toplum kuruluşlarının Bitlis yöresel mutfağının turizm ürünü olarak kullanımının sağlanması noktasında daha fazla çaba göstermelerinin gerekli olduğu ifade edilebilmektedir. Diğer taraftan bu çabanın, daha fazla yapılacak projelerle desteklenebileceği de belirtilmektedir.

Bitlis yöresel mutfağının turizm ürünü kullanılmasına yönelik değerlendirmelerin katılımcıların yaşlarına göre farklılık gösterdiği görülmektedir. Bu bulgu Kavak ve Pekerşen (2022), Akdemir (2018) ve Akdemir ve Selçuk (2018) tarafından yapılmış araştırma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. 24-35 yaş aralığında bulunan katılımcıların diğer yaş gruplarına göre Bitlis yöresel mutfağının turizm ürünü kullanılmasını daha anlamlı algıladıkları ve bu konuya bakışlarının daha olumlu olduğu söylenebilmektedir.

Bu sonuçlardan hareketle farklı paydaşlara yönelik geliştirilen bazı öneriler sırasıyla aşağıda sıralanmaktadır:

- Turizm planlamacıları tarafından Bitlis yöresel mutfağı Bitlis'in tanıtımında çekim unsuru olarak kullanılabilir ve Bitlis'in gastronomi turizmi odaklı destinasyon strateji oluşturulabilir.
- Diğer yöresel mutfaklar gibi Bitlis yöresel mutfağının da gastronomik mirası, kültürel değerleri, geleneksel yaşam tarzını yansıttığı göz önüne alındığında, Bitlis yöresel mutfağı turistler için bir cazibe unsuru olarak kullanılabilir ve turist hareketliliği yaratılabilir. Bu da benzer şekilde turizm planlamacıları için hedef kitlenin analizini gerekli kılmaktadır. Yöresel lezzetlerle ilgilenen turistler için özel deneyimler sunacak hizmetler geliştirilebilir.
- Turizm planlamacıları tarafından yöresel mutfak rotaları oluşturulabilir. Bu kapsamda sürdürülebilir turizm ilkeleri doğrultusunda yerel üreticilerle yapılacak iş birlikleri sonucunda gastronomi turizmi projeleri hayata geçirilebilir. Bitlis ili yerel yönetimlerinin, kamu ve özel kurum ve kuruluşların, sivil toplum örgütlerinin Bitlis yöresel mutfağının turizm ürünü haline getirilmesi noktasında gösterdikleri çabayı arttırmaları gerekliliği bulgusundan hareketle projeler ve stratejileri daha fazla gündeme almalarının ve gündeme geldiklerinde de tüm paydaşların ortak hareket etmelerinin Bitlis'e daha fazla fayda sağlayacağı belirtilebilir.
- Bitlis'te yiyecek içecek işletmelerinde yöresel yemek sunumu, projelerle, yatırımlarla, desteklerle teşvik edilebilir.
- Yerel yönetimlerin desteğiyle Bitlis yöresel mutfağını konu alan festivaller ve yarışmalarla, ilk etapta ulusal sonrasında uluslararası basında daha fazla yer alınabilir. Örneğin Bitlis için belirlenecek tematik günler (Bitlis Büryan günü gibi) yöresel mutfağın tanıtımına katkı sağlayacaktır. Diğer taraftan sokak şenlikleri de gerçekleştirilebilecek bir diğer etkinlik olarak önerilebilir. Festival, tematik gün, şenlik, yarışma gibi etkinliklerin Bitlis yöresel mutfağına yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde dikkat çekmek açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Aynı zamanda bu tür etkinlikler turist hareketliliği için de önemli girişimler olarak değerlendirilebilir.
- Yerel yönetimler tarafından Bitlis yöresel mutfağı için coğrafi işaret süreçleri hızlandırılabilir.
- Kültürel miras bilinci oluşturmak için verilecek eğitimlerle mutfak kültürünün nesilden nesile aktarımı desteklenebilir.
- Yöresel yemek sunan restoran sayısı arttırılmalıdır.
- Yemek yapım atölyeleri ile turist deneyimleri desteklenebilir.
- Bitlis yöresel mutfağı, yapılacak yoğun tanıtım girişimleriyle ön plana çıkarılabilir. Günümüz teknoloji çağında etkili olduğu düşünülen sosyal medya araçlarından fazlasıyla faydalanılabilir. Seyahat bloggerları ve gastronomi influencer'larıyla iş birlikleri kurulabilir.
- Yerel halkın Bitlis yöresel mutfağının turizm ürünü olarak kullanımına yönelik olumlu bakış açısı dolayısıyla bu yönde atılacak her adıma yerel halk dahil edilebilir, destekleri alınabilir.
- Bitlis yöresel mutfağını cazibe unsuru olarak ön plana çıkaracak tur programlarının tadım turlarının yapılması, gastronomi müzelerinin açılması, yöresel ürün satış noktalarının hayata geçirilmesi atılabilecek önemli adımlar arasında sıralanabilir.

- Araştırma yerel halk gözünden konuyu ele almaktadır. Araştırmaya dahil edilecek paydaşlardan elde edilecek verilerle daha kapsamlı bir bakış açısı elde edilip, öneriler genişletilebilir.
- Yerel halkın mutfak kültürüyle olan bağlarını, algılarını, yargılarını daha derinlemesine analiz etmek amacıyla derinlemesine görüşmeler, odak grup çalışmaları gerçekleştirilebilir.

Kaynakça

- Akdemir, N. (2018). Yöresel Mutfağın Turizm Ürünü Olarak Kullanımı ve Bölgesel Kalkınmaya Katkısı (*Basılmamış Doktora Tezi*). Erzurum, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akdemir, N. ve Selçuk, G. N. (2018). Yöresel Mutfağın Turizme Kazandırılması ve Bölgesel Kalkınmaya Katkısı: Sakarya Ölçeğinde Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 2033-2049.
- Aksoy, M. ve Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Alphan, E. (2017). Turistik Destinasyonlarda Yerel Yiyecek İçecek Tüketimine Etki Eden Faktörler Üzerine Bir Araştırma (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). Ankara, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. 7. Baskı. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Arıncı, K. (2017). UNESCO Yaratıcı Kentler Ağı için Bir Öneri: Bitlis Gastronomi Kenti. *Electronic Turkish Studies*, 12(29), 87-106.
- Arıncı, K. (2017). UNESCO Yaratıcı Kentler Ağı için Bir Öneri: Bitlis Gastronomi Kenti. *Electronic Turkish Studies*, 12(29), 87-106.
- Baran, Z. ve Batman, O. (2022). Destinasyon Pazarlamasında Mutfak Kültürünün Rolü: Sakarya Örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 10(1), 456-475.
- Başol, G. (2008). Bilimsel Araştırma Süreci ve Yöntem. *Bilimsel Araştırma Yöntemleri içinde*, (Ed. O. Kılıç ve M. Cinoğlu), ss. 113-143, İstanbul: Lisans Yayıncılık.
- Bessière, J. (1998). Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34.
- Büyükmehmetoğlu, N. ve Oktay, K. (2021). Yöresel Mutfağın Turistik Ürün Olarak Pazarlanması: Kastamonu Örneği. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 24(2), 241-259.
- Büyükoztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2018). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. 25. Baskı. Ankara: Pegem Akademi.
- Ceyhun-Sezgin, A. ve Onur, M. (2017). Kültür Mirası Düğün Yemeklerinin Gastronomi Turizmi Açısından İncelenmesi: Erzincan İli Örneği. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, IV, 203-214.
- Ceylan, U. ve Güven, Ö. Z. (2018). Yiyecek İçecek İşletmelerinin Menü Planlamasında Kütahya'nın Yöresel Yemeklerinin Yeri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 6(Special Issue 3), 451-459.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. 3rd ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Çam, O. ve Çılğinoğlu, H. (2021). Yöresel Mutfakların Gastronomi Turizmindeki Önemi: Kastamonu Mutfağı Örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 176-192.
- Çaycı, A. E. ve Aktaş, C. (2018). Dijitalden Tatmak: Yemeğin "Yeni" Gastro Mekânlardaki Seyirlik Gösterisinin Kültürel Yansımaları. *TRT Akademi*, 3(6), 710-727.
- Çelebi, C. ve Çelebi, K. (2021). *Geçmişten Günümüze Bitlis Mutfağı*. Bitlis Eğitim ve Tanıtma Vakfı, Ankara: MRK Basım.

- Düzgün, E. ve Durlu-Özkaya, F. (2015). Mezopotamya'dan Günümüze Mutfak Kültürü. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 3(1), 41-47.
- Ercan, F. (2020). Türkiye'deki Gastronomi Turizmi Konulu Makalelerin Bibliyometrik Analizi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(2), 1058-1075.
- Esen, M. F. ve Seçim, Y. (2020). Yöresel Mutfağın Turizm Ürünü Olarak Kullanımının Yerel Halk Tarafından Değerlendirilmesi: Konya İli Örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(1), 158-174.
- Everett, S., ve Aitchison, C. (2008). The Role of Food Tourism in Sustaining Regional Identity: A Case Study of Cornwall, South West England. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 150-167.
- Hatipoğlu, A., Zengin, B., Batman, O. ve Şengül, S. (2013). Yöresel Yemeklerin, Kırsal Turizm İşletmeleri Mönülerinde Kullanım Düzeyleri: Gelveri Örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3(1), 06-11.
- İnak, A. ve Özel, G. (2023). Gastronomi Turizmi Kapsamında Yöresel Yemekler: Bitlis İli Örneği. *Sosyal ve Beşerî Bilimlerde Uluslararası Teori, Araştırma ve Derlemeler* içinde (Ed. H. Altıntaş, M. Mete ve N. B. Bozaslan), Cilt 2, ss. 275-292, Ankara: Serüven Yayınevi.
- İnak, A. ve Özel, G. (2023). Gastronomi Turizmi Kapsamında Yöresel Yemekler: Bitlis İli Örneği. *Sosyal ve Beşerî Bilimlerde Uluslararası Teori, Araştırma ve Derlemeler* içinde (Ed. H. Altıntaş, M. Mete ve N. B. Bozaslan), Cilt 2, ss. 275-292, Ankara: Serüven Yayınevi.
- Kalaycı, İ. ve Kaya, M. (2019). Bitlis'te Beş İktisadi Sorun ve Çözüm Paketi. *Munzur Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(15), 47-63.
- Karakuş, Y., Onat, G., ve Güneren, E. (2020). Yerel Halkın Gastronomi Turizmi Çağrışımları ve Beklentileri: Göreme Kasabası Örneği. *Journal of tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 2179-2201.
- Kavak, S., ve Pekersen, Y. (2022). Yöresel Mutfak Kültürünün Turizme Kazandırılmasında Yerel Halkın Tutumu: Karaman İlinde Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 19(1), 59-80.
- Kılıç, S. (2016). Cronbach's Alpha Reliability Coefficient. *Psychiatry and Behavioral Sciences*, 6(1), 47-48.
- Kılınç, O. ve Kılınç, U. (2018). Yöresel Gastronomik Değerlerin Ürüne Dönüşme Düzeyi: Antalya İl Merkezi Restoran Menüleri Üzerine Bir İnceleme. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 6(Special Issue 3), 394-410.
- Kivela, J., ve Crotts, J. C. (2006). Title: Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Kozak, M. (2018). Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayımlar Teknikleri. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kurnaz, A. ve İşlek, E. (2018). Yöresel Yemeklerin Restoranlar Tarafından Kullanımının Değerlendirilmesi: Marmaris Örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 8(1), 50-59.
- Küçükşaman, M. A., Şen-Demir, Ş. ve Bulgan, G. (2018). Mutfak Şeflerinin Yöresel Ürünlere İlgisi: Isparta Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 86-103.
- Mil, B. ve Denk, E. (2015). Erzurum Mutfağı Yöresel Ürünlerin Otel Restoran Menülerinde Kullanım Düzeyi: Palandöken Örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 5(2), 01-07.
- Nadalipour, Z., Hassan Rathore, A., ve Fazeli Tabar, S. (2022). Promoting Traditional Cuisine as a Cultural Tourism Product: A Local Community's Involvement Approach. *International Journal of Tourism, Culture & Spirituality*, 5(2), 167-185.
- Okumuş, F., Okumuş, B., ve McKercher, B. (2007). Incorporating Local and International Cuisines in the Marketing of Tourism Destinations: The Cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management*, 28(1), 253-261.
- Orhan, F. (2021). Erzincan'ın Yöresel Yemeklerinin Gastronomi Turizmine Kazandırılmasının Bölge Kalkınması Açısından Önemi. *Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(20. Bölge Bilimi ve Planlama Kongresi Özel Sayısı), 48-62.
- Özel, G., Yıldız, F., ve Akbaba, M. (2017). Yöresel Yemeklerin Restoran Menülerinde Yer Alma Düzeyinin Belirlenmesi Kilis Mutfağı Örneği. *Kesit Akademi Dergisi*, 3(11), 351-364.

- Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., ve Hoagwood, K. (2015). Purposeful Sampling for Qualitative Data Collection and Analysis in Mixed Method Implementation Research. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research*, 42(5), 533-544.
- Rachão, S., Breda, Z., Fernandes, C., ve Joukes, V. (2019). Food Tourism and Regional Development: a Systematic Literature Review. *European Journal of Tourism Research*, 21(1), 33-49.
- Seyitoğlu, F. ve Çalışkan, O. (2014). Turizm Literatüründe Türk Mutfağı Üzerine Yapılan Araştırmaların Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 2(4), 23-35.
- Sims, R. (2009). Food, Place and Authenticity: Local Food and The Sustainable Tourism Experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336.
- Sims, R. (2009). Food, Place and Authenticity: Local Food and The Sustainable Tourism Experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336.
- Şengel, Ü. (2015). Bitlis İlinin Kalkınmasında Turizmin Rolü: Yerel Paydaşlar Üzerine Bir Araştırma (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şengel, Ü., ve Zengin, B. (2017). Bitlis İli Turizm Potansiyelinin GZFT (SWOT) Analizi ile Değerlendirilmesi. 4th International Congress of Tourism & Management Researches, 12-14 May, ss. 1-15, Girne, Kıbrıs.
- Şengül, S. (2017). Türkiye'nin Gastronomi Turizmi Destinasyonlarının Belirlenmesi: Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(37), 375-396.
- Şengül, S. ve Genç, K. (2016). Festival Turizmi Kapsamında Yöresel Mutfak Kültürünün Destekleyici Ürün Olarak Kullanılması: Mudurnu İpekyolu Kültür Sanat ve Turizm Festivali Örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (23), 79-89.
- Şengül, S., ve Türkay, O. (2016). Yöresel Mutfak Unsurlarının Turizm Destinasyonu Seçimindeki Rolü Mudurnu Örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(29), 63-87.
- Şengül, S., ve Türkay, O. (2018). Sakarya'yı Ziyaret Eden Yerli Turistlerin Kişisel Özellikleri ile Yöresel Mutfak Memnuniyetleri Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(1), 573-588.
- Şeyhanlıoğlu, H. Ö. (2023). Gastronomi Turizmine Karşı Yerel Halkın Bilgi ve Tutum Düzeyinin Belirlenmesine Yönelik Araştırma: Ağrı İli Örneği. *Journal of Eurasia Tourism Research*, 4(Türk Turizminin Geçmiş ve Gelecek Yüzyılı), 34-45.
- Tiwari, R. (2021). Residents Perception of the Role of Local Cuisine as a Tourism Product in Destination Marketing. *Journal of Hospitality Application & Research*, 16(2).
- UNESCO. (2003). Text of the Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. Erişim Adresi: <https://ich.unesco.org/en/convention> Erişim Tarihi: 09.05.2025.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Usta, S. (2017). Bulancak (Giresun) Yöresinde Yemek Kültürünün Doğal Çevre ile İlişkisi (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Samsun, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Vuksanović, N., Tešanović, D., Kalenjuk, B., Portić, M., ve Knežević, M. (2017). Socio-Demographic Characteristics as Determinants of Differences in Perception of Local Gastronomy. *Економика пољопривреде*, 64(1), 359-373.
- www.tuik.gov.tr, Erişim Adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/Getkategori?P=Nufus-Ve-Demografi-109&Dil=1> Erişim Tarihi: 01.12.2024.
- Yarış, A. ve Toprak, L. (2017). Mardin'de Gastronomi Turizmi Turist Görüşlerine İlişkin Bir Uygulama. VI Ulusal, II. Uluslararası Doğu Akdeniz Sempozyumu, Gaziantep, 260-275.
- Yeboah, R., ve Ashie, D. (2024). Promotion of Local Food as Tourism Product in the Cape Coast Metropolis: An Explorative Research. *Heliyon*, 10(24), 1-9.
- Yeşil, D. ve Çelik-Yeşil, S. (2022). Yemek Kültüründe Modernize Çalışmalar: Bitlis Örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 10(3), 1641-1657.
- Yücel-Toy, B. ve Güneri-Tosunoğlu, N. (2007). Sosyal Bilimler Alanındaki Araştırmalarda Bilimsel Araştırma Süreci, İstatistiksel Teknikler ve Yapılan Hatalar. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 1-20.