



## Journal of Recreation and Tourism Research

Journal home page: [www.jrtr.org](http://www.jrtr.org)  
ISSN:2148-5321

# TURİZM DESTİNASYON ÇEKİCİLİĞİ UNSURU OLARAK YİYECEK İÇECEK HİZMETLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME, ÇANKIRI ÖRNEĞİ

Ercan KARAÇAR<sup>a</sup>

Gönül GÖKER<sup>b</sup>

<sup>a</sup>Çankırı Karatekin Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Öğr. Gör. Dr. ([ercan\\_karacar@karatekin.edu.tr](mailto:ercan_karacar@karatekin.edu.tr))

<sup>b</sup>Çankırı Karatekin Üniversitesi, Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, Öğr. Gör. ([gonulgoker@karatekin.edu.tr](mailto:gonulgoker@karatekin.edu.tr))

---

### ÖZET

Dünya'daki turizm faaliyetleri incelendiğinde yiyecek içecek hizmetleri son yıllarda önemli bir konuma sahiptir. Özellikle farklı ülkelerdeki yemek kültürü, turistleri destinasyon seçiminde etkilemektedir. Araştırmanın konusu Çankırı'da ki yiyecek içecek hizmetlerinin destinasyon çekiciliği unsuru olarak hangi boyutta olduğunu ortaya koymak ve bu konularda önerilerde bulunmaktır. Çankırı, Ilgaz Dağı Milli parkı gibi önemli bir destinasyona sahip olmasına rağmen yiyecek içecek hizmetleri konusunda yeterince başarıya ulaşamamıştır. Bu başarısızlığın sebeplerine bakıldığında yetersiz tanıtım faaliyetleri ve bilinçsizce yapılan bilgilendirmeler olduğu görülmüştür. Doğru bir şekilde yapılacak tanıtım ve reklam ile sorunun çözülebileceği düşünülmektedir. Ayrıca kamu kurum ve kuruluşlarının da bu konuda gerekli çalışmaları yapması önerilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Çankırı, yiyecek içecek, destinasyon

---

### ABSTRACT

#### A STUDY ON THE ATTRACTIVENESS OF TOURISM DESTINATIONS AS AN ELEMENT OF FOOD AND BEVERAGE SERVICES, ÇANKIRI EXAMPLE

Considering tourism activities in the world of food and beverage services have an important position in recent years. Especially food culture in different countries, tourists affect the choice of destination. The subject of Çankırı in the food and beverage services as destination attractiveness factors research reveals that what size and make recommendations on these issues. Çankırı, Ilgaz Mountain National park, although with an important destination as it failed adequately dealing with food and beverage services. When the reason for this failure was found to be insufficient promotion activities and notifications made unconsciously. Presentation to be made and they can be correctly solved the problem with advertising. In addition to public institutions and it is also recommended to do the work required in this regard.

**Keywords:** Çankırı, food drink, destination

---

## GİRİŞ

İnsanlar varoluşundan bu yana zorunlu ihtiyaçlarını gidermek durumunda kalmıştır. İlk insanlardan başlayarak ortaya çıkan yiyecek içecek kavramı belli dönemlerde değişimlere uğrayarak günümüze kadar gelmiştir. Tarih bilimcilerinin uzun araştırmaları sonucunda mağaralarda yiyecek resimlerine rastlanılmıştır. İlk önce bitkisel yiyecekleri bulan insan daha sonra hayvansal ürünleri de katarak çeşitliliğini arttırmıştır.

Özellikle ateşin bulunmasıyla birlikte yiyecek ve içecekler değişimlere uğrayarak farklı şekil ve tatlara bürünmüştür. Antik dönemde Roma ve Yunanlılarda mutfak ve sofraya kültürü ön planda iken diğer toplumlarda bu kavramlar zamanla ortaya çıkmıştır. Yeni lezzetlerin ortaya çıkması esnasında yiyecek içecek hizmetleri daha farklı sunumlar haline dönüşmüştür (Sökmen, 2009).

Dünyanın en zengin mutfakları arasında yer alan Türk Mutfağı, doğru bir konumlandırma ve yaratılacak çekici bir imajla, destinasyonların markalaşmasına büyük katkılar sağlayacaktır. Türk Mutfağı, Orta Asya'dan günümüze kadar çeşitli etnik kökenli milletlerin bir arada yaşayarak oluşturduğu şekliyle günümüze kadar gelmiş ve dünya mutfakları arasındaki seçkin yerini almıştır. Bu durumda yerli ve yabancı turizm faaliyetlerini hızlandırmada Türkiye'de de birçok destinasyon açısından önem taşımaktadır (Göker, 2011).

Bu destinasyonlar arasında yer alan Çankırı ili birçok yiyecek içecek hizmetini barındırmaktadır. Diğer şehirlerde olduğu gibi Çankırı'nın da kendine özgü yemekleri bulunmaktadır. Ağırıklı olarak buğday ve buğday ürünlerinin yer aldığı Çankırı yöresel yemekleri Orta Anadolu yemeklerinin özelliklerini taşımaktadır. Çankırı'da birçok kişi tarhana, keşkek, bulgur, yarma gibi yiyecekleri kendisi üretir. Bu ürünleri hem kendi evlerinde misafirlerine sunarken hem de yiyecek içecek işletmelerinde görülebilir. Özellikle 2000'li yıllardan başlayarak yiyecek içecek hizmetleri gelişmeye başlamıştır. Bununla birlikte özellikle Çankırı'ya has olan sarımsaklı et, kızılalık şurubu, Yaren güveci ve yumurta tatlısı gibi ürünler turistlerin ilgi odağı konumundadır.

Yiyeceklerin turizm amacıyla kullanımını tanımlamak için "gastronomi turizmi", "mutfak turizmi", "gurme turizmi" ve "yiyecek turizmi" gibi kavramlar kullanılmaktadır (Doğdubay ve Giritöglü, 2008). Bu şekilde ifade edilen yiyecek içecek hizmetleri destinasyonların çekiciliği için günümüzde ön planda tutulmaktadır. Özellikle son 10 yıldır turistler "deniz-kum-güneş" üçlüsünün dışına çıkıp bu gibi etkenleri önemsemektedir. Yiyecekler ve destinasyonlar arasında anlamlı bir ilişki olduğu ve yiyeceklerin ülke adlarıyla markalaşmaya başladığı da

görülmektedir. Buna örnek olarak Türk Mutfağı, Fransız Mutfağı ve İtalyan Mutfağı örnek verilebilir.(Durlu -Özkaya ve diğ.,2013).

Yiyecek içecek hizmetleri, Türkiye'de de birçok destinasyona değer katacak potansiyel taşımaktadır. Yöreden yöreye ve bölgeden bölgeye göre farklılaşmaktadır(Güzel, 2009).Bölgeler arasında ise, 455 yiyecek-içecek çeşidiyle İç Anadolu ilk sırada; 398 yiyecek-içecek çeşidiyle Güneydoğu Anadolu Bölgesi ikinci sırada; 397 çeşit yiyecek-içecek çeşidiyle Karadeniz Bölgesi üçüncü sırada yer almaktadır. Akdeniz ve Marmara Bölgesi 184 çeşit, Ege Bölgesi ise, 162 çeşit yiyecek ve içeceğe sahip olduğu bildirilmiştir (Durlu-Özkaya, Can; 2012). Dünyanın en zengin mutfakları arasında yer alan Osmanlı ve Türk Mutfağından ezgiler taşıyan Çankırı mutfağı da doğru bir konumlandırma ve yaratılacak çekici bir imajla, destinasyonlara büyük katkılar sağlayacaktır.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kavramsal çerçeve içerisinde destinasyon kavramı, destinasyon çekicilik unsurları ve destinasyon çekicilik unsuru olarak yiyecek-içecek hizmetleri açıklanmıştır.

### Destinasyon Kavramı

Destinasyon basit olarak ziyaret edilen yer anlamına gelir (Yavuz,2007:38). Pekyaman (2008:4)'e göre ziyaretçilerin hizmetine sunulmuş olan, kendine özgü doğal güzellikleri ve farklı çekicilikleri olan yerlerdir.

Destinasyon sözcüğü İngilizce "destination" yani gidilecek yer anlamına gelen kelime ile dilimize geçmiştir (Kılıç,2007:29). Duman ve Öztürk (2005:10) ise destinasyonu, turistler için cazip sayılabilecek, farklı çekicilikleri olan yerler olarak tanımlamaktadır. Cho (2000:144)'e göre destinasyon insanların daimi ikamet ettikleri yer dışında, gitmek istedikleri yerler destinasyon olarak ifade edilir.

### Destinasyon Çekicilik Unsurları

Buhalis (2000:98), destinasyon çekicilik unsurlarının 6 farklı grupta toplandığını belirtmiştir. Bu durumda destinasyon çekicilik unsurları, Doğal ve yapay çekicilikler, konaklama, ulaşım, alışveriş ve yiyecek-içecek hizmetleri, turlar ve diğer hizmetleri kapsamaktadır.

Bir turistin herhangi bir destinasyonu tercih etme sebebi o yere ait çekicilik özellikleridir (Ünlüönen ve Çimen,2011:356). Destinasyon çekicilik unsurları şu şekilde sıralanabilir (Göker,2011:19-20):

- Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Kültür ve Tarih
- Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Sanat Faaliyetleri
- Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Spor Faaliyetleri

d. Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Eğlence ve Alışveriş Turizmi

e. Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi

Ünlüöner ve Çimen (2011:356)' ise destinasyon çekicilik unsurlarını, doğal güzellik, ulaşım, bitki ve hayvan varlığı, konaklama, iklim, yerel halk, yörenin imkanları eğlence, alış veriş, turist bilgilendirme, yeme içme olanakları, tarihi kalıntılar, kültürel etkinlikler olarak belirtilmiştir.

### **Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Yiyecek İçecek Hizmeti**

Genel olarak yeme-içme alışkanlığı, fizyolojik bir ihtiyaç olmasının yanı sıra, gelişen yiyecek-içecek endüstrisinin sayesinde, boş zaman değerlendirme faaliyeti olmaya başlamıştır. Artık insanlar sadece karnını doyurmak için değil, manzara ve atmosferden de zevk alarak, dışarıda yemek yeme faaliyetine katılmak istemektedirler (Yüncü,2010:28)

Bir bölgenin mutfak ile ilgili turistik ürünlerinin giderek önem kazandığı görülmektedir. Artık destinasyonlar yeme-içme hizmetleri üzerinde daha fazla durmaktadırlar. Gastronomi turist deneyimlerinin em başında gelmektedir (Selwood,2003:179). Gastronomi turizminin öncelikli olduğu destinasyonlarda, yerel tarım üretimi de iyi düzeyde olmaktadır (Smith ve Hall,2003:249). Yerel yiyecek içecek hizmeti veren restoranların kalite ve düzeyi bir destinasyonun çekicilik düzeyini arttırmaktadır (Cömert ve Özkaya,2014:63).

### **Çankırı'daki Yiyecek İçecek Hizmetleri**

*“Çankırı yöresinde geleneksel beslenme biçimi etkinliğini sürdürmektedir. Yöre insanının beslenme alışkanlıklarında Orta Anadolu özellikleri görülür. Beslenmenin temelinde buğday ve buğday ürünleri bulunmaktadır. Tarhana, bulgur, keşkek, yarma, erişte vb. yiyecekleri ev ekonomisi çerçevesinde yöre halkı kendisi üretir. Anadolu'nun pek çok yerinde olduğu gibi kimi yiyecek maddeleri kurutulmak, salamura yapılmak, turşu kurularak ve diğer bazı usullerle kışa hazırlanır. Kıyma, kavurma, sucuk gibi et ürünleri, kurutulmuş fasulye, patlıcan, biber gibi sebzeler, konserveler, değişik meyvelerden reçeller bunlar arasındadır. Hamura çeşitli maddeler katılarak sacda, yağda, fırında ve tencerede pişirilerek çok sayıda yemek yapılmaktadır. Tava çöreği, yazma çöreği, bükme, gözleme, cızlama, tatar böreği, iri hamur, mantı, pıhtı, çullama bunların başlıcalarıdır. Tarhana, toyga, şaştıması, tutmaç, yarma, dene, cümcük gibi çorbalarda ana madde buğday ürünleridir. Yaş ve kuru sebzeler beslenmede ikinci sırayı alır. Hayvani besin tüketimi sınırlıdır. Kentsel alanlarda hazır yiyecekleri kullanma alışkanlıkları gelişmekle*

*birlikte evde hazırlanan geleneksel yiyeceklerin ucuz gelmesi ile dağıtım ağının hazır yiyecekleri bütün yerleşme birimlerine ulaştıracak düzeyde olmaması da durumu etkilemektedir”* (<http://lezzetler.com/cankiri.yemekleri>).

Çankırı ilinde yapılan yemekleri sıralayacak olursak;

**Yemekleri:** Cızlama, Canfes Böreği, Çullama, Mıhlama, Cevizli Hamur, Harmandaşı, Gözleme, Mantı, İnce Ekmek Muskası, Keşkek, Su Böreği, Yağlı Çörek, Bazlama, Etlı Hamur, Tarhana Çorbası, Hindi Dolması, Ev Güveci, Yarmaaşı Çorbası, Toyga Çorbası, Tatarhamuru Çorbası, Su Hamuru, Kuru Börek, Lokul, Bulguraşı, Karıştırma, Cılbır, Etlı Bulgur Pilavı, FıtFit Aşı.

**Peynirleri:** Kurut Peyniri, Ekşi Peynir, Kesmük Peyniri, Çömlek Peyniri, Testi Peyniri, Küpecik Peyniri.

**Tatlı:** Lokma, Hoşmerim, Çekme Helvası, Keşkek, Bihti, Yumurta Tatlısı, Ev Baklavası, Un Helvası, Çatlak Helva, Akide Şekeri ve Şekerleme Türleri.

**İçecekleri:** Kızılık Şurubu, Pestil, Demirhindi Şerbeti.

**Çerez:** Kavurga.

Genellikle tahılı dayalı bir beslenmesi olan Çankırı ilinde çok fazla yemek çeşidi bulunmaktadır. Ama bu yemek çeşitleri sadece evin içinde kalmış dışarıya çıkmamıştır. Dolayısıyla yiyecek endüstrisi bu ilde gelişme göstermemiştir. Çankırı'da yiyecek içecek sektöründe yeterli sayıda işletme bulunmamakla birlikte insanların bu konuda herhangi bir talepleri olmamıştır. Özellikle 2007 yılından itibaren üniversitenin açılmasıyla birlikte yeni işletmeler ortaya çıkmıştır. Yöresel lezzetleri sunan işletme sayısı ise birkaç taneden ibarettir. Bu işletmeler de sunulan yiyecek içecekler ise;

- Yerel yiyecek-içecek hizmeti veren yerler
  - Şefkat Restaurant
  - Emek Lokantası
  - Sefer Usta'nın Yeri
  - Eyüboğlu Kebap
  - Hacı Ali Restaurant
- Diğer yiyecek içecek hizmeti sunan işletmeler
  - CanogluPastahaneleri
  - Baloğlu Pastahaneleri
  - Farika Cafe-Bistro
  - Orta Şekerli Cafe-Bistro
  - Dominos Pizza
  - Şahinler Cafe-Bistro
  - Çelebi Restoran
  - OmarÇavuş Çiftliği
  - RevoliPastahanesi
  - Karatekin Sofrası
  - CafeEymen

- Osmanlı Kahvecisi
- Teras Cafe
- Kale Cafe

## SONUÇ ve ÖNERİLER

Son dönemlerde turistlerin tatil yapacakları yer seçiminde destinasyona özgü yiyecek ve içecekler de önem kazanmaya başlamıştır. Bu nedenle binlerce yıllık geçmişe sahip olan Türk Mutfağının turizme kazandırılması önemlidir. Bu nedenle ülkemizde gastronomi turizmine daha çok önem verilmesi gerekmektedir. Türk Mutfağının tanıtımına ilişkin faaliyetler söz konusu olsa da yeterli değildir. Bu amaçla Türk Mutfağının özelliklerinin iyi tanıtılması, faydaları, nitelikleri, diğer mutfaklardan üstünlükleri ortaya konmalıdır. Buna bağlı olarak Türk mutfağının bir parçası olan ve kendine has yemekleri olan Çankırı’da bu konuda çok geride kalmıştır.

Turizm açısından sadece Ilgaz Dağı Milli parkının var olması yeterli değildir. Turistler ziyaretlerini Ilgaz dağındaki turizm ve rekreatif faaliyetler ile sınırlandırmışlardır. Çankırı il merkezini ziyaret etme yada Çankırı’nın yöresel yiyecek ve içeceklerini tatmamışlardır. Burada ciddi bir tanıtım eksikliğinden bahsedebilir. Bu konuda hem kamu kurum ve kuruluşlarına hem de Çankırı dışında faaliyet gösteren acentelere büyük bir iş düşmektedir. Yaptıkları tur kapsamına Çankırı il merkezi dahil edilebilir ve Çankırı’nın yöresel tatları gösterilebilir.

Ayrıca bunun dışında Çankırı kültürü ile ilgili yeterli bilgi düzeyde bilgi sahibi kişilere rehberlik şansı verilmelidir. Bu şekilde hem yöresel yemekler daha iyi tanıtılmış olur hem de gelecek için tekrar ziyaretler sağlanabilir. Kamu kurum ve kuruluşları yerel basın ve ulusal medya aracılığıyla daha geniş kitlelere ulaşabilir. Böylelikle daha farklı grupların Çankırı’ya gelmesi sağlanabilir.

## KAYNAKÇA

- Cömert, M. ve Özkaya, F.D.(2014) *Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi*, Journal of Tourism and Gastronomy Studies 2(2), 62-66.
- Durlu Özkaya, F.ve Can (2012). Gastronomi Turizminin Destinasyon Pazarlamasına Etkisi. Türk tarım, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Dergisi, Temmuz-Ağustos, Sayı 206, sf. 28-33.
- Durlu Özkaya, F. Sünnetçioğlu ,S. ve Can, A.(2013). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü (The Role Of

Geographical Indication In Sustainable Gastronomy Tourism Mobility) Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 13-20.

- Göker, G.(2011). Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi (Balıkesir İli Örneği) Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Güzel, G.(2009).Gastronomi ve İnovasyon“, İz Atılım Üniversitesi Dergisi, Sayı:8, 28-29.
- Pekyaman, Asuman (2008) *Turistik Satın alma Davranışında Destinasyon İmajının Rolü Afyonkarahisar Bölgesinde Bir Araştırma*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Smith, Angela ve Michael Hall (2003). Restaurants and Local Food in New Zealand, Michael Hall (Ed), Food Tourism Around the World: Management of Development and Markets. (s.2 49-250) Great Britain :Elseiver.
- Selwood, John (2003) The Lure of Food: Food As an Attraction in Destination Marketing in Manitoba, Canada, Michael Hall (Ed), Food Tourism Around the World: Management of Development and Markets (s.178-180) Great Britain: Elseive.
- Sökmen, A. (2009). Mutfak Hizmetleri Yönetimi. Detay yayıncılık. Ankara
- Ünlüöner, Kurban ve Hürriyet Çimen (2011) *Destinasyon Kalitesi: İkinci Konut Sakinleri Örneği*, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 10(35), 353-369.
- Yüncü, Hilmi Rafet (11 Nisan 2009) Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası,10. Aybastı Kurultayı’nda Sunuldu, Ankara.
- İnternet:.(<http://lezzetler.com/cankiri.yemekleri>).