



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2021, 5(1): 365-378.

DOI: [10.26677/TR1010.2021.669](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.669)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Otel İşletmelerinde Yerel Mutfak Kültürü: Mardin Örneği

Öğr. Gör. Dr. Şeyhmus DEMİRCAN, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla Meslek Yüksekokulu, Muğla, e-posta: seyhmusdemircan@mu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2475-0207>

Öğr. Gör. Dr. Taner DALGIN, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla Meslek Yüksekokulu, Muğla, e-posta: tanerdalgin@mu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7645-1989>

Öğr. Gör. Gözde Nur COŞKUN, Mardin Artuklu Üniversitesi, Mardin Meslek Yüksekokulu, Muğla, e-posta: gozdenurcoskun@artuklu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5703-9198>

Öz

Yöresel yiyecek ve içeceklerle ilgili beklenti ve deneyim, destinasyonun marka algısını etkileyen önemli bir unsurdur. Destinasyon hakkındaki pozitif etkiler tekrar ziyaret niyetinde de etkili olmakta ve destinasyonun mutfak kültürü hakkındaki imajına katkı sağlamaktadır. Bu araştırmanın amacı otellerin menülerinde yer alan yöresel yemeklerin yöreyi ne kadar yansıttığını araştırmaktır. Bu amaçla yöresel yiyecek ve içeceklerin o destinasyondaki konaklama işletmelerinin menülerinde yer alma durumunu ve müşteriler tarafından talep edilme durumu belirlenmiştir. Gerek kültürü gerek tarihi ile birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan Mardin, zengin mutfak kültürü nedeni ile çalışma alanı olarak seçilmiştir. Mardin ilindeki 3, 4 ve 5 yıldızlı otellerin üst ve orta kademe yöneticileri ve mutfak personeli ile yarı yapılandırılmış mülakat (görüşme) formu üzerinden mülakat yapılmıştır. Araştırmalar sonucunda otellerin menülerinde yöresel yiyecek ve içeceklerin bir kısmına yer verdikleri görülmektedir. Ancak, bazı yöresel yemekler yapımının zahmetli olması ve uzun sürmesi sebebiyle, sadece banket organizasyonu gibi önceden tüketimin belirli olduğu özel etkinlikler için hazırlanmaktadır. İşletmelerin menülerinde yöresel yemeklere yer verseler de bu yemeklerin tanıtımı ve markalaştırılması ile ilgili yeterince çaba göstermediği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Turizmi, Türk Mutfağı, Yöresel Mutfak, Mardin.

Makale Gönderme Tarihi: 18.11.2020

Makale Kabul Tarihi: 07.03.2021

Önerilen Atıf:

Demircan, Ş., Dalgın, T. ve Coşkun, G. N. (2021). Otel İşletmelerinde Yerel Mutfak Kültürü: Mardin Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1): 365-378.

© 2021 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



RESEARCH PAPER

Local Culinary Culture in Hotel Management: The Example of Mardin

Dr. Şeyhmus DEMİRCAN, Muğla Sıtkı Koçman University, Muğla Vocational School, Muğla, e-mail: seyhmusdemircan@mu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2475-0207>

Dr. Taner DALGIN, Muğla Sıtkı Koçman University, Muğla Vocational School, Muğla, e-mail: tanerdalgin@mu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7645-1989>

Lecturer Gözde Nur COŞKUN, Mardin Artuklu University, Mardin Vocational School, Muğla, e-mail: gozdenurcoskun@artuklu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5703-9198>

Abstract

Expectation and experience about local food and drink, is an important factor affecting destination brand perception. The positive effects about the destination also affect the intention to visit again and contribute to the image of the destination about the culinary culture. The aim of this research is to investigate how much the local dishes in the menus of the hotels reflect the region. For this purpose, it was determined that the local food and beverages were included in the menus of the accommodation establishments in that destination, and the status of being requested by the customers. Mardin, which has hosted many civilizations with its culture and history, has been chosen as the study area because it is so rich in culinary culture. The sample of the study was interviewed with the top and middle level managers and kitchen staff of 3-, 4- and 5-star hotels in Mardin with a semi-structured interview form. As a result of the researches, it is seen that they contain some of the local foods and beverages in the menus of the hotels. However, due to the troublesome and lengthy making of some local dishes, they are prepared only for special events such as banquet organization where pre-consumption is certain. Although the businesses included in the research include local dishes in their menus, it has been determined that they do not make enough efforts to promote and brand these dishes.

Keywords: Gastro Tourism, Turkish Cuisine, Regional Cuisine, Mardin.

Received: 18.11.2020

Accepted: 07.03.2021

Suggested Citation:

Demircan, Ş., Dalgın, T. and Coşkun, G. N. (2021). Local Culinary Culture in Hotel Management: The Example of Mardin, *Journal of Turkish Tourism Research*, 5(1): 365-378.

© 2021 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.