

YEREL YİYECEK-İÇECEK GİRİŞİMCİLERİNİN YAVAŞ YEMEK HAREKETİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: AYDIN YENİPAZAR ÖRNEĞİ



Burhan AYDEMİR

Yrd. Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi
Turizm Fakültesi
burhanaydemir@yahoo.com

Sami Sonat ÖZDEMİR

Arş. Gör., Balıkesir Üniversitesi
Turizm Fakültesi
ssonatozdemir@balikesir.edu.tr

Geliş Tarihi: 13.11.2014

Kabul Tarihi: 26.11.2014

ÖZ

Bu araştırma ile, Türkiye'deki yavaş şehir destinasyonlarından biri olan Aydın ili, Yenipazar ilçesinde faaliyet gösteren yerel yiyecek-ışecek girişimcileri olarak pide ürünü sunan işletmelerin, faaliyetlerinde yavaş yemek ilkelerini gözetip gözetmedikleri değerlendirilmeye çalışılmıştır. Mevcut on işletmenin sekizi ile yapılan görüşme sonucu elde edilen bulgulara göre, işletmelerin büyük çoğunluğu yavaş yemek hareketinin misyonuna ilişkin temel kriterlere uygun olarak; kullandıkları ürünlerin geleneksel tohum ve yem kullanılarak elde edilmesine önem vermekte, yerel ürünlerle tüketicilerde yeme zevkini uyandırmakta ve müşterilerin üretim süreçlerine dahil olmasına imkan tanıyacak şartları sunmaktadırlar.

Anahtar Kelimeler:Girişimcilik, Yiyecek-İşecek Girişimcileri, Yavaş Yemek.

EVALUATION OF LOCAL FOOD ENTREPRENEURS IN TERMS OF SLOW FOOD MOVEMENT: AN EXAMPLE FROM YENİPAZAR AYDIN

ABSTRACT

This study evaluates whether the pita restaurants as local food entrepreneurs in Yenipazar, consider the slow food principles within their activities or not. According to the findings of the interviews, conducted with eight of ten business; most of the enterprises in accordance to the basic criteria, prefer goods bred by conventional

seed and feed, evoke pleasure of eating with local products and offer conditions to allow consumers involve in food production process.

Keywords:Entrepreneurship, Food Entrepreneurs, Slow Food.

GİRİŞ

Yiyecek-içecek konusuna yönelik araştırma alanlarının oldukça geniş bir perspektif sunuyor olması, bu alana yönelik akademik literature yapılan katkıların gün geçtikçe artması sonucunu doğurmaktadır Birçok bilim dalı ile ilişkili olması sebebiyle dünya genelinde bu alana yönelik yaklaşımlar, farklı bakış açılarının etkisinde çeşitlenerek gelişmektedir. Bu yaklaşımlardan biri de yaklaşık 30 yıllık bir geçmişe sahip ve son yıllarda çok geniş bir coğrafyada, milyonlarca üyesiyle oldukça fazla ilgi çeken yavaş yemek hareketidir. İtalya temelli bu hareket genel olarak, gıdaların iyi bir tada sahip ve temiz bir şekilde üretilmiş olmasına, bununla birlikte gıda üreticilerinin yaptıkları işlere karşılık adil bir şekilde ücretlendirilmeleri felsefesine dayanmaktadır.

Bu çalışmada, yavaş şehir olarak tescil edilmiş bir bölgede faaliyet gösteren yiyecek-içecek girişimcilerinin, temel girişimcilik özellikleri belirlenerek; faaliyetlerinde yavaş yemek misyonuna yönelik kriterlere uygunlukları değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu çalışma, bir yavaş şehir destinasyonunda faaliyet gösteren yiyecek-içecek girişimcilerine yavaş yemek kavramı açısından yaklaşan öncü bir çalışma olması sebebiyle önemlidir.

1. GİRİŞİMCİLİK ve YİYECEK-İÇECEK GİRİŞİMCİLİĞİ

Üretim faktörleri içerisinde önemli bir yere sahip olan girişim, insanın düşünsel emeğinin, ekonomik değere dönüşmesi olarak ifade edilmekte (Başar, 2005) ve geniş anlamda, hizmet ve mal üretimi veya pazarlanması amacıyla, üretim faktörlerinin bir araya getirildiği, teknik, hukuki ve ekonomik birimler olarak tanımlanmaktadır (Tutar ve Küçük, 2003).

Başlangıçta bir ekonomi kuramı olarak kullanılan girişimcilik terimi ise (Casson vd., 2006), literatürün gelişimi boyunca oldukça farklı şekillerde tanımlanmıştır.

Kavramın ortaya çıkışında, girişimciliği “belirli bir fiyattan alım yapıp, belirsiz bir fiyattan satış yapma” olarak tanımlayan, böylece girişimciliği sadece bir risk alma etkinliği olarak ifade eden anlayı-

şin ötesinde (Casson vd., 2006), günümüzde girişimcilik; değer yaratma, yeni bir işletme kurma ve geliştirme, yenilik yapma, esnek ve dinamik davranma, yaratıcılık ve risk alma gibi unsurları içerisinde barındıran, çok yönlü bir kavram olarak kabul görmektedir (Naktiyok, 2004).

Ayrıca ifade edilen ekonomik faydaya dayalı unsurlara ek olarak girişimcilik, üretim araçları ve girdilerinin farklı şekillerde kullanılması yoluyla alternatif üretim alanları yaratmakta ve işsizlik sorununa önemli bir çözüm olanağı sunarak, toplumsal fayda sağlanmasına da katkıda bulunmaktadır (Börü, 2006).

Girişimciliğin karmaşık yapısı ve boyutlarını oluşturan ekonomik ve toplumsal unsurların yaygınlığı, bu kavrama yönelik birçok farklı bakış açısının ortaya çıkmasına neden olmakta ve ortak bir tanım geliştirilmesini neredeyse imkansız hale getirmektedir (Timmons, 1994 ve Çelik, 2006).

Bununla birlikte, girişimcilik kavramının tanımlanmasında literatürde fikir birliğine varılan yegane nokta, girişimcilerin inisiyatif alma, kaynak ve koşulları kullanılabilir hale dönüştürme, sosyal ve ekonomik alanlarda düzenlemeler yapma, risk ve başarısızlığı kabul etme gibi davranış biçimlerine sahip olmaları gerektiği görüşüdür (Hisrich, 2002).

Girişimcilik imkan ve özelliklerinin gıda ile ilişkili faaliyetlere yönlendirilmesi olarak ifade edebileceğimiz yiyecek-içecek girişimciliği ise, birçok işletme tipine yönelik aktivitelerle gerçekleştirilebilmektedir. İşletmelere yönelik bu faaliyet alanları Weber (2008) tarafından şu şekilde sıralanmıştır;

- Hammadde temini,
- Hammadde yönetimi,
- Özellikli gıda işleme,
- Gıda danışmanlığı,
- Paketleme,
- Araştırma ve geliştirme,
- Duyusal analiz,
- Kalite kontrol,
- Ürün dağıtımı,
- Yiyecek üretimi,
- Yiyecek pazarlaması.

Yenipazar'da gerçekleştirilen araştırmaya konu olan yerel yiyecek-içecek girişimcileri temelde, bahsi geçen girişimcilik alanlarından "yiyecek üretimi"ne yönelik olarak faaliyet göstermektedirler. Bununla birlikte çalışmanın kavramsal çerçevesi ışığında analize tabi tutulan söz konusu yiyecek-içecek girişimcilerinin, yiyecek üretimi için gerekli "hammadde temini" süreçlerinin bilinmesi, bu girişimcilerin yavaş yemek hareketi açısından değerlendirilmelerine olanak sağlaması açısından da önem arz etmektedir.

2. YAVAŞ YEMEK HAREKETİ

"Yavaş Yemek Hareketi", İtalyan gazeteci Carlo Petrini'nin Roma'da açılan McDonalds'ı protesto etmesiyle, 1986'da İtalya'da başlamıştır. Sonraki 28 yıl içerisinde resmi merkezi İtalya olan, Avrupa'dan Asya, Amerika ve Avustralya'ya kadar 150 ülkeyi içeren, milyonlarca üyeye sahip uluslararası bir hareket haline gelmiştir (slowfood.com).

Yavaş yemek kavramı, yavaş yemek ideolojisi kapsamında, ekolojik farkındalığa sahip, yeme içme alışkanlıkları ve eylemleriyle tüketimin etik ve sosyal boyutlarının vurgulanmasını sağlayan, yeni bir tüketici türünün ortaya çıkarılması olarak ifade edilebilir. Bu yeni tüketici türü ise Yavaş Yemek Hareketi tarafından "ortak üretici" olarak kavramsallaştırılmış ve "çevre ve yerel kültürlerle uyum içerisinde üretilen kaliteli gıdaları tercih etme zevkine sahip sorumlu tüketiciler" olarak tanımlanmıştır (Horner Brackett, 2011).

Bununla birlikte "Yavaş Yemek Hareketi" temelde "iyi, temiz ve adil olarak üretilen gıda" felsefesi üzerine kurulmuştur. Bu felsefe, yediğimiz gıdaların iyi bir tada sahip olmasına; doğaya, canlılara ve insan sağlığına zarar vermeden, temiz bir şekilde üretilmiş olmasına ve gıda üreticilerinin yaptıkları iş için adil bir şekilde ücretlendirilmeleri fikrine dayanmaktadır (slowfood.com).

Diğer yandan "Yavaş Yemek Hareketi" tarafından belirtilen misyon ışığında gerçekleştirilmesi planlanan faaliyetlerin değerlendirilmesinde, genel olarak üç kritere göre hareket edilmesine çalışılmaktadır. Bunlardan ilki, toprak mahsullerinin yetiştirilmesinde ve hayvan yetiştiriciliğinde geleneksel tohum ve yemlerin kullanılması yoluyla gıda mirasının korunmasına yöneliktir. Diğer bir kriter ise, insanlarda yemeklerinin nerden geldiğini, nasıl ve kim tarafından yapıldığını merak etme dürtüsü uyandırarak, yeme zevklerinin yeniden keşfedilmesine olanak sağlamak şeklinde belirtilmiştir. "Yavaş Yemek Hareketi" tarafından belirlenen misyona yönelik üçüncü

ve son kriter ise, festivaller, fuarlar ve benzeri özel etkinlikler ile müşterilerinin üretim süreçlerine dahil edilmesi ve üreticilerle iletişim kurmalarının sağlanması yoluyla birer “ortak üretici” haline getirilmeleri hedefi olarak ifade edilmiştir (slowfood.com).

Araştırmamıza konu olan, Yenipazar’da faaliyet gösteren yiyecek-İçecek işletmeleri, yavaş yemeği temsil etme durumlarının değerlendirilebilmesi amacıyla “Yavaş Yemek Hareketi” misyonuna yönelik olarak belirlenen kriterler çerçevesinde değerlendirilmiş ve elde edilen bulguların bu kriterler ile uyumluluğu test edilmiştir.

3. “YAVAŞ” LİTERATÜRÜNDE YAVAŞ YEMEĞİN YERİ

Yapılan yerli ve yabancı literatüre yönelik taramada, “yavaş şehir”, “sakin şehir”, “yavaş yemek”, “yavaş gıda”, “slow city”, “slow tourism”, “slow travel”, “citta slow” ve “slow food” başlıklarını içeren çalışmalar içerisinde “yavaş yemek” kavramına ilişkin çalışmaların yoğunluğu belirlenmeye çalışılmıştır.

Söz konusu çalışmalar içerisinde ulaşılabilen tezler, 10 yerli ve 5 yabancı olmak üzere 15 adettir. Yerli literatürde yer alan 10 tez içerisinde “yavaş yemek” kavramına ilişkin herhangi bir çalışma bulunmazken; konuyla ilgili yabancı literatürde yer alan tez çalışmalarının çoğunluğu ise “yavaş yemek” olarak adlandırılacak “slow food” kavramına yöneliktir. Bu çalışmalarda, yavaş yemeğin küreselleşmenin olumsuz etkilerine karşı bir hareket olarak incelenmesi (Springer, 2011; Horner Bracket, 2011), ve destinasyonlarda yavaş yemek hareketinin etkilerinin araştırılması (Guilford, 2006) amaçlanmıştır.

Literatürde konu ile ilgili olarak 16 yerli ve 61 yabancı olmak üzere 77 adet makaleye ulaşılmıştır. Makalelerin içerikleri incelendiğinde yerli literatürde yer alan çalışmaların tümünün yavaş şehir kavramının incelenmesine odaklandığı görülmektedir. Diğer yandan konuyla ilgili yabancı literatürde yer alan makaleler “yavaş yemek” ile ilgili konularda yoğunlaşırken; bu çalışmalar içerisinde tarım uygulamalarının iyileştirilmesinde yavaş yemeğin önemi (Petrescu-Mag, 2009; Lotti, 2009; Page, 2012), kapitalist politikalar, küreselleşme ve fastfood karşısında yavaş yemek (Jones vd., 2003; Germov vd., 2011; Frost ve Laing, 2013), kırsal turizm destinasyonlarının yavaş yemek stratejisiyle geliştirilmesi (Adeyinko-Ojo ve Khoo-Lattimore, 2013) ve yavaş yemeğe yönelik kavramsal çalışmalar (Sassatelli ve Davolio, 2010; Leitch, 2010; Bommel ve Spicer, 2011; Simonetti, 2012) ön plana çıkmaktadır.

Konu ile ilgili olarak ulaşılabilen 7 yerli bildiri genellikle belirli destinasyonlarda “citta slow” uygulamalarının değerlendirilmesine yö-

nelik tanımlayıcı çalışmalar olarak göze çarpmış ve hiçbiri yavaş yemek kavramını konu edinmemiştir. Ulaşılabilen 3 yabancı bildiri içerisinde ise “yavaş şehir” ve “yavaş turizm” olgularını açıklayan çalışmalara ek olarak “yavaş yemek” kapsamında evde pişen yemeğin aile yapısı üzerindeki etkisini inceleyen (Walter, 2009) bir çalışmaya da rastlanmıştır.

Literatür taramasına konu olan yavaş hareketi ile ilgili kaynaklar içerisinde kitaplar ve kitap bölümleri incelendiğinde, Türkiye’den herhangi bir çalışmaya ulaşılamaması, bu alandaki eksikliği göstermesi açısından önemlidir. Bununla birlikte konu ile ilgili yabancı literatürde yer alan 5 kitap ve farklı kitaplar içerisinde 8 kitap bölümü mevcuttur. Yabancı literatürde yer alan 5 kitaptan dördünün “slow food” kavramını ve etkilerini açıklamaya yönelik olması (Pettrini vd., 2001; Pettrini, 2001; Wilk, 2006; Fullagar vd., 2012), diğer kaynaklara paralel olarak “slow food” kavramının araştırılmasına verilen önemi ortaya koymaktadır. Ayrıca araştırma konularıyla ilgili kitap bölümlerini içeren 8 kitap incelendiğinde, bunlardan dört tanesinin yavaş yemek ile ilgili konuları içerdiği görülmektedir. (Almas ve Lawrence, 2003; Robinson vd., 2011; Counihan ve Esterik, 2013; Hall ve Gössling, 2013).

Literatürde yavaş hareketi ve girişimciliğe yönelik olarak gerçekleştirilen çalışmalar ise oldukça sınırlı sayıdadır. Ulaşılabilen yavaş hareketi ve girişimcilik konularının birlikte ele alındığı tek çalışma, Sungur (2013)’un sosyolojik açıdan Türkiye’nin yavaş şehirlerindeki kadın girişimciliğini incelediği çalışmasıdır.

Bunun yanı sıra yapılan yerli ve yabancı literatür taramasında, yavaş yemeğin ve yiyecek içecek girişimciliğinin birlikte konu edildiği herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır.

4. YENİPAZAR’DA PİDECİLİK FAALİYETİNDE BULUNAN İŞLETMELER ÜZERİNE BİR İNCELEME

Aydın ili Yenipazar ilçesi 2012 yılında, gerekli kriterleri sağlayarak yavaş şehir olarak tescil edilmiştir (yenipazar.bel.tr). Yavaş şehir üyelik kriterlerinin bir bölümü de “Tarımsal, turistik, esnaf ve sanatkarlara dair politikalar” başlığı altında, yiyecek faaliyet ve projelerinin düzenlenmesine yönelik kriterlerdir (cittaslowturkiye.org).

Bu çalışmanın Yenipazar’a yönelik olarak gerçekleştirilmesinin nedeni, ilçenin kendine özgü pide çeşitleri ve bunların sunulduğu pidedicileri ile Türkiye’deki diğer yavaş şehirlerden farklılaşmasıdır. Yöreye özgü gıda ürünlerine sahip olması açısından ilçe, “Yavaş Yemek Hareketi” misyonuna ilişkin kriterlerin değerlendirile-

bilmesi için, gerekli şartları sağlamakta ve uygun zemini hazırlamaktadır.

Yapılan ön araştırmada, Yenipazar'da pidecilik faaliyetlerinde bulunan 10 adet işletme olduğu tespit edilmiştir. Hazırlanan mülakat formu, araştırma konusu kapsamında hazırlanan tüm sorulara cevap vermeyi kabul eden, pidecilik faaliyetinde bulunan 8 işletmeciye yüz yüze görüşme yöntemi ile uygulanmış ve sonuçlar betimsel analize tabi tutulmuştur.

İşletmeci Açısından; Yenipazar'da faaliyet gösteren pidecilerin tümünde işletmeciler, aynı zamanda pide ustası olarak görev yapmaktadırlar.

Yatırıma Karar Verme Açısından; İşletmecilerin yarısı aile işini devralmıştır. Diğer yarısı ise daha önce pide ustası olduğunu belirterek, kendi işini kurmak istediği için işletmeciliğe başladığını belirtmiştir.

Ortaklar Açısından; Pidecilik faaliyetinde bulunan tüm işletmelerde, sermaye sahibi tek kişidir ve hiçbirinde ortaklık yoktur.

İşletme Faaliyet Süresi Açısından; İşletmelerin faaliyet süresi 4 ile 42 yıl arasında değişmektedir. İşletmelerin ortalama faaliyet süresi ise 15 yıldır.

Kuruluş Yeri Seçimi Açısından; İşletmecilerin tümü kuruluş yeri olarak memleketleri olduğu için Yenipazar'ı seçtiklerini ve özellikle ana caddeye yakın alanlarda faaliyet göstermeyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

İşletmenin Kapasitesi Açısından; En yüksek kapasiteye sahip işletme 100 m²'lik bir alanda faaliyet gösteren, 30 masa ve 120 kuvereye sahip bir işletmedir. En düşük kapasiteye sahip olan işletme ise yine 100 m²'lik bir alanda, 11 masa ve 44 kuver ile faaliyet gösteren bir işletmedir. Buna göre Yenipazar'da pide üretimine yönelik faaliyet gösteren işletmelerin, ortalama olarak 80 metrekarenin üzerindeki alanlarda, 20 masa ve 80 kuverle hizmet verdikleri söylenebilir.

Personel Sayısı Açısından; İşletmelerin çalıştırdıkları personel sayısı 3 ile 13 kişi arasında değişmektedir. İşletmelerin çalıştırdıkları personel sayısı kuver sayısı ile doğru orantılı olup, ortalama 6 kişi olarak ortaya çıkmaktadır.

Personelin Eğitilmesi Açısından; İşletmelerin tümünde pide ustaları personele yönelik olarak pide çıkraklığı eğitimi vermektedir.

Elde Edilen Kar Açısından; Görüşülen işletmecilerin yarısı elde ettikleri karın net bir şekilde tatmin edici olduğunu belirtirken, diğer yarısı da karın yeterli olduğunu söylemişlerdir.

İş Büyütme Konusundaki Düşünceleri Açısından; İşletmeciler mevcut durumlarından memnun olduklarını, işletmelerini büyütmeyi veya şube açmayı düşünmediklerini ifade etmişlerdir.

Aldıkları Maddi Destek Açısından; Esnaf ve Sanatkarlar Kredi ve Kefalet Kooperatifi'nden kredi alan bir işletmeci dışında, işletmecilerden hiçbiri herhangi bir aşamada maddi destek almamıştır.

Müşteri Profili Açısından; İşletmeciler müşterilerinin %60 ve %80 arasında değişen oranlarda, ortalama olarak %75 oranında, ilçe dışından gelen yerli turistler olduğunu belirtmişlerdir.

İşletmenin Sahip Olduğu Sertifikalar Açısından; İşletmeler, kuruluş ve faaliyetlerine devam edebilmek için zorunlu olan gıda güvenliği ve sağlığa uygunluk sertifikalarının tümünesahiptirler.

Yavaş Yemek Hareketinin Farkına Yönelik Fikirleri Açısından; Yenipazar'da pide üretimi faaliyetinde bulunan işletmecilerden biri yavaş yemeği, işletmelerde kendi yetiştirdiği ürünlerin tüketilmesi yoluyla, kendi ürünlerine sahip çıkılması olarak açıklamıştır. Bir diğer işletmeciye göre ise yavaş yemek, üretilen gıdalarda yerel ürünlerin kullanılmasıdır. Araştırmaya konu olan diğer katılımcılar ise yavaş yemek hareketinin farkını bilmediklerini açıkça beyan etmişlerdir.

İşletmelerde Sunulan Yöreye Özgü Yiyecek ve İçecekler Açısından; İşletmelerin tümünde yöreye özgü olarak sunulan ürün pide çeşitleridir.

Toprak Mahsullerinin Tedariki Açısından; İşletmecilerin %50'si toprak mahsullerini üreticiden almaktadır. %25'i bu ürünleri araçlardan elde ederken, %25'i ise kendi toprak mahsullerini üretmektedir.

Toprak Mahsulleri Üreticilerini ve Üretim Süreçlerini Tanıma Açısından; Biri dışında tüm işletmeciler toprak mahsullerini elde ettikleri üreticileri ve üretim süreçlerini bildiklerini ifade etmişlerdir.

Kullanılan Tohumlar Hakkında Bilgi Sahibi Olmaları Açısından; İşletmeciler, yavaş şehir olarak tescil edilme sürecinde ilçede eski tohumları yaşatma amaçlı olarak "takas tohum" uygulamasının gerçekleştirildiğini belirtmişlerdir. Toprak mahsullerini araçlardan

alan iki işletmeci dışında, görüşülen işletmecilerin tümü “takas tohum” olarak ifade edilen eski tip tohumlarla yetiştirilen ürünleri kullandıklarını belirtmişlerdir.

Et ve Süt Ürünlerinin Tedariki Açısından; İşletmecilerden ikisi, et ve süt ürünlerinin tedariki için kendilerinin hayvan besiciliği yaptıklarını belirtmişlerdir. Bununla birlikte üç işletmeci bu ürünleri besicilerden tedarik ederken, kasapları ve mandıraları tercih edenlerin sayısı ise iki işletmeye sınırlıdır.

Et ve Süt Ürünü Üreticilerini ve Üretim Aşamalarını Tanıma Açısından; İşletmeciler, ürünlerini kasaplar ve mandıralar aracılığıyla tedarik edenler dışında, et ve süt ürünlerinin üreticilerini tanıdıklarını ve üretim süreçleri hakkında bilgi sahibi olduklarını ifade etmişlerdir.

Hayvan Yemleri Hakkında Bilgi Sahibi Olmaları Açısından; Besicilik yapan işletmeciler, hayvanlarının kendilerine ait meralarda doğal şekilde beslendiğini belirtmektedirler. Ürünleri besicilerden tedarik eden diğer işletmeciler ise, bu besicilerin hayvanları için TARIŞ (Tarım Satış Kooperatifleri Birliği) den sağladıkları yemleri kullandıklarını belirtmişlerdir. Bununla birlikte et ve süt ürünlerini aracıardan sağlayanlar, bu ürünlerin elde edildiği hayvanların beslenmeleri hakkında herhangi bir bilgiye sahip değildir.

Hazır Gıda veya Endüstriyel Ürünlerin Kullanımı Açısından; İşletmecilerin tümükullandıkları endüstriyel ürünlerin yalnızca meşrubatlardan ibaret olduğunu belirtmiş, özellikle pide ile birlikte sıklıkla tüketilen ayranın, belediye kuralları gereğince açık olarak satılmasının yasak olduğunu ifade etmişlerdir.

İşletmeye Özgü Ürünler Açısından; Müşteriler ilçenin genel durumuna uygun olarak, görüşülen işletmelere sadece pide yemek için gitmektedirler.

Yöreye Özgü Gıda Ürünlerinin Tanıtımına Yönelik Etkinlikler Açısından; Bölgeye özgü pide ürününün tanıtılması için her yıl “Yenipazar Pide Festivali” gerçekleştirilir.

Müşterilere Üreticileri ve Üretim Süreçlerini Tanıma İmkânı Sağlama Açısından; Kendi ürünlerini üreten veya tedarik ettikleri ürünün üreticilerini tanıyan işletmeciler, istenmesi halinde müşterilere üretim süreçlerini tanıtmaya imkânına sahip olduklarını, ancak müşterilerden gelen bu yönde bir talebin bulunmadığını belirtmişlerdir.

Müşterilerin Özellikle Organik Tarım ve Hayvancılıktan Elde Edilen Ürünleri Deneme İsteği Açısından; Hayvan besiciliği yaparak kendi hayvansal ürünlerini üreten işletmeciler, özellikle kendi ürettikleri çökelek ile yapılan pideyi tatmak için gelen müşterileri olduğunu ifade etmişlerdir.

5. BULGULAR

Girişimcilik, tüm sektörlerle yönelik ticari faaliyetlerin sürdürülebilmesi için gerekli bir unsurdur. Yiyecek-içecek sektörü ise girişim konu olabilecek birçok farklı uygulama imkanına sahip bir faaliyet alanı olarak son yıllarda giderek daha fazla ön plana çıkmaktadır.

Türkiye'deki yavaş şehirlerden biri olarak, Aydın İli Yenipazar İlçesi'nde gerçekleştirilen araştırmada elde edilen, bu yörede faaliyet gösteren pidedicilerin genel girişimcilik özelliklerine yönelik bulgulara göre;

- Araştırmaya konu olan işletmelerin tümünün küçük ölçekli işletmeler olması, sermaye sahibi, işletmeci ve pide ustasının tek ve aynı kişi olması sonucunu doğurmuştur.

- Faaliyet amacı aile mesleğini devam ettirmek olan işletmelerin faaliyet süreleri, işletmecinin kendi işini kurma amacıyla faaliyete geçirdiği işletmelere nazaran oldukça fazladır.

- Her işletmenin, çalışanlarına pidedicilik için çıraklık eğitimi verdiği düşünüldüğünde, gelecekte kendi işini kurma isteğiyle açılan işletme sayısının, aile işletmelerinin sayısını aşabileceği düşünülebilir.

- Kuruluş yeri seçiminde işletmecilerin tümü için etkili olan kriter, faaliyet alanının ana caddeye yakın olmasıdır. Bunun nedeni, müşterilerin ortalama olarak %75 oranında ilçe dışından gelen yerli turistlerden oluşması ve ana cadde üzerinde ilk göze çarpan işletmenin tercih edilmesinin muhtemel olmasıdır.

- İşletmelerin ortalama olarak 20 masa, 80 kuver ve 6 personelle hizmet veriyor olması, bireysel ziyaretler veya aile ziyaretlerinin ötesinde, toplu yemeklere de ev sahipliği yapma açısından hazırlıklı olduklarını göstermektedir.

- İşletmelerin kuruluş ve faaliyet aşamasında herhangi bir maddi desteğe ihtiyaç duymamalarının nedeni olarak, küçük ölçekli

olmaları, genel olarak elde ettikleri kardan memnun olmaları ve işlerini büyütmeyi düşünmemeleri gösterilebilir.

- İşletmeler, faaliyetleri için zorunlu olan gıda ve sağlığa uygunluk sertifikalarının tümüne sahiptirler.

- İşletmelerin, “Yavaş Yemek Hareketi” misyonuna yönelik olarak; ürünlerin geleneksel tohum ve yemler kullanılarak üretilmesi, tüketicide yeme zevkinin ortaya çıkarılması ve tüketiciye üretim süreçlerini tanıma imkanı verilmesi kriterlerine uygunluk açısından değerlendirilmesinden elde edilen sonuçlara göre ise;

- Yavaş yemek anlayışını yerellekle özdeşleştiren işletmelerin, bu kavram hakkında kısmen bilgi sahibi olduklarını söylemek mümkündür.

- Görüşülen işletmelerde sunulan yöreye özgü yiyecek pide olup, bu ürünün sunulması, toprak mahsulleri ile et ve süt ürünlerinin varlığını gerektirmektedir.

- İşletmelerin çoğunluğu toprak mahsulleri ile et ve süt ürünlerini ya kendisi üretmekte ya da üreticiler ile birebir iletişime girerek almakta, böylece üretim süreçleri hakkında yeteri kadar bilgi sahibi olmaktadır.

- Tedarik ettiği toprak mahsullerini kendisi üreten veya bu ürünlerin üreticilerini tanıyan işletmeciler çoğunluktadır. Bu işletmeciler ürettikleri veya satın aldıkları toprak mahsulleri için “takas tohum” olarak adlandırılan ve bölgenin yavaş şehir olarak tescil edilmesiyle kullanılmaya başlanan, geleneksel tohumların tercih edildiğini belirtmişlerdir.

- Besicilik yapan az sayıdaki işletmeci, hayvanlarının meralarda doğal olarak beslendiğini belirtirken, hayvansal ürünlerini besicilerden sağlayan işletmeciler ise, bu besicilerin TARIŞ yemi kullandıklarını ifade etmişlerdir. Az sayıda işletmeci ise bu konuda bilgi sahibi değildir.

- İşletmeciler, işletmelerinde satılan endüstriyel gıda ürünlerinin ise içecek ve meşrubatlardan ibaret olduğunu ifade etmiş, belediye tarafından yasaklandığından dolayı açık ayran satışı yapmadıklarını belirtmişlerdir. Bu durum besicilik yapılan ve kendi süt ürünlerini üretme yeteneğine sahip bir yörenin üretim potansiyeline karşı bir engel olarak değerlendirilebilir.

- Yöreye özgü pide ürününün tanıtılması için her yıl pide festivali düzenlenmektedir. Gerek söz konusu festival gerekse de pide

üretimi yapan işletmeciler aracılığıyla, müşterilere üretim süreçlerini tanıma fırsatı verilebilmektedir. Bu durum yavaş yemek misyonuna ilişkin kriterlerden, “tüketicilere yemek üreticileri ile iletişim kurma ve üretim süreçlerini tanıma şansı vererek, onları ortak üretici haline getirme” maddesini karşılamaktadır.

SONUÇ

Türkiye’deki “Yavaş Şehir” destinasyonlarından biri olan Yenipazar’da, yerel yiyecek-içecek girişimcileri olarak pide sunan işletmelerin birçoğunun, faaliyetlerinde “Yavaş Yemek Hareketi” misyonuna yönelik kriterlere uygun davrandıkları sonucuna ulaşmıştır.

Elde edilen bu sonuç, “Yavaş Şehir” olarak tescil edilen bölgede, bu uygulamanın yiyecek-içecek boyutunun verimli bir şekilde işlediği anlamı taşımaktadır.

Bununla birlikte elde edilen bulgular, yerel ürünlerin korunması ve tarımsal ve hayvansal üretimde sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi adına “Yavaş Şehir” uygulamasının faydalı olabildiğinin bir göstergesi olarak ortaya çıkmaktadır.

Diğer yandan, bölgede faaliyet gösteren Yiyecek-İçecek girişimcilerinin, gıda üretim süreçlerinin takibini yapma olanağına sahip olmaları ve ürünlerinde yerellik ve gelenekselliği gözetmeleri, toplumda ün kazanmalarına ve giderek artan organik ürün tüketme eğiliminin bir sonucu olarak, faaliyetlerini devam ettirmeleri açısından gerekli talebi elde etmelerine imkan verecektir.

Aynı zamanda ortaya çıkacak söz konusu talep, bölgenin geleneksel ürünlerinin kaybolmasının önlenmesi, bu ürünlerin çağlar boyunca aktararak korunması ve bu ürünlerin ekonomik değer kazanması sağlanarak, yeni girişimcilik imkanlarının ortaya çıkarılması adına oldukça önemlidir.

Çağımızda “yavaş” akımı gelişmekte, yerelliğe verilen önem hızla artmakta ve bu durum yavaşlamanın etkilerinin, akademik literatürde popülerliğini gün geçtikçe artıran yiyecek-içecek konusunda da incelenmesi sonucunu doğurmaktadır.

Bu çalışma “Yavaş Şehir” destinasyonu olarak tescillenmiş bir bölgede, yerel yiyecek-içecekleri sunan girişimcilerin faaliyetlerinde, “Yavaş Yemek Hareketi” misyonuna ilişkin kriterlere uygun hareket edip etmediklerini belirlemeyi amaçlamaktadır.

Bu konu üzerinde gerçekleştirilebilecek birtakım çalışmalar, bölge dışındaki durumu ortaya koyma, böylece yiyecek-içecek girişimcilerinin yavaş yemek uygulamalarına yönelik mevcut durumlarının genelleştirilmesine olanak sağlanma açısından önem arz edecektir.

KAYNAKÇA

- Adeyinka-Ojo, S.F. & Khoo-Lattimore, C. (2013). Slow Food Events As A High Yield Strategy For Rural Tourism Destinations: The Case Of Bario, Sarawak. *WorldwideHospitality And Tourism Themes*, 5(4), 353-364.
- Almas, R. & Lawrence, G. (Eds.), (2003). *Globalization, Localization And Sustainable Livelihoods*, Aldershot: Ashgate.
- Ariane, L. (2009). The Commoditization Of Products And Taste: Slow Food And The Conservation Of Agrobiodiversity. *Agriculture And Human Values*, 27(1), 71-83.
- Başar, M. (2005). Girişimcilik ve Girişimcinin Özellikleri, Yavuz Odabaşı (Ed.), Girişimcilik İçinde (4-10), Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No:1567, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 824.
- Bommel, K. V. & Spicer, A. (2011). Hail The Snail: Shifting Hegemonyin The Slow Food Movement, *Organization Studies*, 32(12): 1717-1744.
- Börü, D. (2006). Girişimcilik Eğilimi; Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Yayın No.733, İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Casson, M., Yeung, B., Basu, A. & Wadeson, N. (2006). *The Oxford Handbook Of Entrepreneurship*, Great Britain: Oxford University Press.
- Counihan, C. & Esterik, P. V. (Eds.), (2013). *Food And Culture*, New York: Routledge.
- Çelik, A., (2006). Bir İstihdam Politikası Olarak Girişimcilik, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi İ.İ.B.F, Uluslararası Girişimcilik Kongresi, 468-469.
- Fullagar, S., Markwell, K. & Wilson, E. (Eds.), (2012). *Slow Tourism: Experiences And Mobilities*, Bristol: Channel View Publications UK, ISBN: 9781845412838.
- Germov, J., Williams, L. & Freij, M. (2011). Portrayal Of The Slow Food MovementIn The Australian Print Media, *Journal Of Sociology*, 47(1), 89-106.
- Guilford, C. (2006). Can The Principle Of A "Good, Clean And Fair" Food Supply, As Presented By The Slow Food Movement, Be Applied In Manitoba, Canada?Royal Roads University, Yüksek Lisans Tezi.
- Hall, C. M. & Gössling, S. (Eds), (2013). *Sustainable Culinary Systems. Local Foods, Innovation, And Tourism & Hospitality*. London: Routledge.
- Hisrich, D. R. & Peters, P. P. (2002). *Entrepreneurship*, Fifth Edition, New York: Mcgraw-Hill/Irwin.
- Horner Bracket, R. A. (2011). *Savoring Ideology: An Ethnography Of Production And Consumption in Slow Food's Italy*. The University Of Iowa. Doktora Tezi.
- http://cittaslowturkiye.org/?page_id=1549. E.T. 06.11.2014.

- <http://www.slowfood.com>. E.T. 06.11.2014.
- http://www.slowfood.com/about_us/eng/philosophy.lasso. E.T. 06.11.2014.
- http://www.slowfood.com/about_us/eng/mission.lasso. E.T. 06.11.2014.
- <http://www.yenipazar.bel.tr/cittaslow.php>. E.T. 06.11.2014.
- Jones, P., Shears, P., Hillier, D., Comfort, D., & Lowell, J. (2003). Return To Traditional Values? A Case Study Of Slow Food. *The British Food Journal*, 105.
- Naktiyok A. (2004). İç Girişimcilik, İstanbul: Beta Basım.
- Leitch, A. (2010). Slow Food and The Politics Of Pork Fat: Italian Food And European Identity. *Ethnos* 68(4), 437-462.
- Page, J. R. (2012). Slow Food Revisited. *Journal Of Agricultural & Food Information* 13(1).
- Petrescu-Mag R. M. (2009). Promoting The Slow Food Concept For A Better Common Agriculture Policy And Environmental Protection, Advances In Agriculture & Botany -*International Journal Of The Bioflux Society*1(2);51-52.
- Petrini, C. (2001) Slow Food: The Case For Taste. New York: Columbia University.
- Petrini, C., Watson, B., & Slow Food (Eds.), (2001). Slow Food: Collected Thoughts On Taste, Tradition, And The Honest Pleasures Of Food. White River Junction, Vt.: Chelsea Green Pub.
- Robinson, E., Tobias, T., Shaw, L., Freeman, E. & Higgs, S. (2011). Social Matching Of Food Intake And The Need For Social Acceptance, *Appetite*, 56: 747-752.
- Sassatelli, R. & Davolio, F. (2010). Consumption, Pleasure and Politics: Slow Food And The Politico-Aesthetic Problematization Of Food, *Journal Of Consumer Culture*, 10:202-232.
- Simonetti, Luca (2012). The Ideology Of Slow Food. *Journal Of European Studies*, 42(2).
- Springer, A. (2011). Slow Food: A Globalized Social Movement WithAn Anti-Globalization Mission, University Of Hawai, Doktora Tezi.
- Sungur, Z. (2013). Türkiye'nin Sakin Şehirlerindeki Kadın Girişimciliğine Sosyolojik Bir Bakış, *International Conference On Eurasian Economies*, 641-648.
- Timmons, J. (1994). New Venture Creation, Boston, Ma: Irwin.
- Tutar, H. & Küçük, O. (2003). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi* (1.Baskı) Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Walter, L. (2009). Slow Food And Home Cooking: Toward A Relational Easthetic Of Food And Relational Etic Of Home, *The Journal Of The Center For Food In Community And Culture*, 1: 1-23.
- Warwick, F. & Jennifer L. (2013). Communicating Persuasive Messages Through Slow Food Festivals. *Journal Of Vacation Marketing*, 19(1):67-74.
- Weber, P. (2008). Food Business Entrepreneurship. In *Careers in Food Science: From Undergraduate To Professional* (277-281). New York: Springer.
- Wilk, R. R. (2006). *Fast Food/Slow Food: The Cultural Economy Of The Global Food System*, USA.