



AKSARAY ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TURİZM REHBERLİĞİ ANABİLİM DALI

**YÖRESEL YEMEKLERİN GASTRONOMİ TURİZMİNE
KATKISININ YEREL İŞLETMELER TARAFINDAN
DEĞERLENDİRİLMESİ: TRABZON İLİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

BÜŞRA GÖÇ

DANIŞMAN

DOÇ. DR. NEŞE ÇULLU KAYGISIZ

AKSARAY-2025

AKSARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM REHBERLİĞİ ANABİLİM DALI

**YÖRESEL YEMEKLERİN GASTRONOMİ TURİZMİNE
KATKISININ YEREL İŞLETMELER TARAFINDAN
DEĞERLENDİRİLMESİ: TRABZON İLİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

BÜŞRA GÖÇ

DANIŞMAN: DOÇ. DR. NEŞE ÇULLU KAYGISIZ

JÜRİ ÜYESİ : PROF. DR. AYSU ALTAŞ

JÜRİ ÜYESİ : DOÇ. DR. EDA ÖZGÜL KATLAV

AKSARAY-2025

TELİF HAKLARI VE TEZ FOTOKOPİ İZİN FORMU

Bu tezin tüm hakları saklıdır. Kaynak göstermek koşuluyla tezin teslim tarihinden itibaren (....) ay sonra tezden fotokopi çekilebilir.

YAZARIN

Adı : Büşra

Soyadı : GÖÇ

Bölümü : Turizm Rehberliği

İmza :

Teslim Tarihi :

TEZİN

Türkçe Adı : Yöresel Yemeklerin Gastronomi Turizmine Katkısının Yerel İşletmeler Tarafından Değerlendirilmesi: Trabzon İli Örneği

İngilizce Adı : Evaluation of the Contribution of Local Dishes to Gastronomy Tourism by Local Businesses: The Example of Trabzon Province

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI

Tez yazma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyduğumu, yararlandığım tüm kaynakları kaynak gösterme ilkelerine uygun olarak kaynakçada belirttiğimi ve bu bölümler dışındaki tüm ifadelerin şahsıma ait olduğunu beyan ederim.

Yazar Adı Soyadı: Büşra GÖÇ

İmza:

T.C.

AKSARAY ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

JÜRİ ONAY SAYFASI

Büşra GÖÇ tarafından hazırlanan “Yöresel Yemeklerin Gastronomi Turizmine Katkısının Yerel İşletmeler Tarafından Değerlendirilmesi: Trabzon İli Örneği” başlıklı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından oy birliği / oy çokluğu ile Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Rehberliği Anabilim Dalı’nda Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Doç. Dr. Neşe ÇULLU KAYGISIZ

Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, Aksaray Üniversitesi

İmza

.....

Üye: Prof. Dr. Aysu ALTAŞ

Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, Aksaray Üniversitesi

.....

Üye: Doç. Dr. Eda Özgül KATLAV

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Nevşehir Hacı Bayram Veli Üniversitesi

.....

Tez Savunma Tarihi:/...../.....

Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu’nuntarih ve sayılı kararı ile onaylanmıştır.

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Prof. Dr. Aybala ÇAYIR

İmza

TEŞEKKÜR SAYFASI

Bu çalışmada bana katkılarıyla yol gösteren, motive eden ve ilgisini esirgemeyen değerli danışmanım Doç. Dr. Neşe ÇULLU KAYGISIZ'a,

Tezin ilk aşamasından itibaren bilgi ve tecrübesiyle tezime katkıda bulunan değerli hocam Prof. Dr Esin ÖZKAN VAN'a,

Hayatta attığım her adımda beni destekleyen ve yoluma ışık tutan canım eşim Serdar G'e, varlığıyla dünyamı aydınlatan hayat ışığım canım oğlum ağatay G'e,

Tezin her aşamasında yardımını esirgemeyen kardeşim Ejmel TERZİ'ye sonsuz teőekkürlerimi sunarım.

ÖZET

Sahip olduğu kültürel ve doğal zenginlikleri ile yerli ve yabancı turistleri cezbeden Trabzon, yöresel mutfağıyla da ön plana çıkmaktadır. Doğadaki yeşilin yemeklere yansıdığı yöresel mutfakta farklı yöresel ürünler ve yemekler turistler tarafından ilgi görmektedir. Araştırmada Trabzon'un az bilinen yöresel yemeklerinin gastronomi turizmine katkısının yerel işletmeler tarafından değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın amacı, işletmelerde yöresel ürün çeşitliliğini sağlamak, yörenin az bilinen yöresel yemeklerini ön plana çıkarmak ve turizme kazandırmaktır. Araştırma Trabzon'un Merkez Ortahisar İlçesi ve Akçaabat ilçesinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, Trabzon'da yöresel yemek sunan yerel işletmelerde çalışan 10 katılımcı ile görüşme sağlanmış ve 10 açık uçlu sorudan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu ile veri toplanmıştır. Araştırma verileri hem yerli hem yabancı turistler açısından değerlendirilmiştir. Verilen cevaplar ve elde edilen sonuçlara göre, işletmelerde servis edilen yöresel yemeklerin müşteri talebine göre belirlendiği, Trabzon yerel mutfağının yeterince etkin kullanılmadığı, işletmelerde yöresel yemek sunumunun yalnızca coğrafi işaret almış ya da ön plana çıkmış yöresel yemeklerle sınırlı kaldığı, az bilinen yöresel yemeklerin çok azının işletmelerde servis edildiği belirlenmiştir. Trabzon'da alışılmış yemeklerin dışına çıkılarak işletmelerde yöresel yemek çeşitliliğinin sağlanmasının gastronomi turizmine olumlu katkı sağlayacağına inanılmaktadır.

Anahtar Kelimeler : Trabzon Yöresel Mutfağı, Gastronomi Turizmi, Yöresel Yemek.

Bilim Kodu :116911

Sayfa Adedi : 88

Yazar : Büşra GÖÇ

Danışman : Doç. Dr. Neşe ÇULLU KAYGISIZ

ABSTRACT

Trabzon, which attracts local and foreign tourists with its cultural and natural riches, also stands out with its local cuisine. Different local products and dishes attract attention from tourists in the local cuisine, where the greenness of nature is reflected in the dishes. The aim of the research is to evaluate the contribution of Trabzon's little-known local dishes to gastronomy tourism by local businesses. The aim of the study is to ensure local product diversity in businesses, to highlight the lesser-known local dishes of the region and to introduce them to tourism. The research was carried out in the Central Ortahisar District and Akçaabat district of Trabzon. In the study, 10 participants working in local businesses serving local food in Trabzon were interviewed and data was collected with a semi-structured interview form consisting of 10 open-ended questions. The research data was evaluated from the perspective of both domestic and foreign tourists. According to the answers given and the results obtained, the local dishes served in the businesses are determined according to customer demand, the local cuisine of Trabzon is not used effectively enough, the presentation of local food in the businesses is limited to only the local dishes that have received geographical indication or are prominent, and very few of the lesser-known local dishes are served in the businesses. has been determined to be served. It is believed that going beyond the usual dishes in Trabzon and providing local food diversity in businesses will make a positive contribution to gastronomy tourism.

Keywords : Trabzon Local Cuisine, Gastronomy Tourism, Local Food.

Science Code :116911

Number of Pages : 88

Author : Büşra GÖÇ

Supervisor : Assoc. Doç. Dr. Neşe ÇULLU KAYGISIZ

İÇİNDEKİLER

TELİF HAKLARI VE TEZ FOTOKOPİ İZİN FORMU	i
ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI	ii
JÜRİ ONAY SAYFASI	iii
TEŞEKKÜR SAYFASI.....	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
TABLolar LİSTESİ	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ	x
KISALTMALAR.....	xi
GİRİŞ.....	1
BİRİNCİ BÖLÜM.....	3
KAVRAMSAL ÇERÇEVE	3
1.1. Yöresel Mutfak Kavramı	3
1.1.1. Yöresel Yemek Kavramı	4
1.1.1.1. Trabzon Yöresel Lezzetleri ve Gastronomi Ürünleri	4
1.1.1.2. Trabzon'un Coğrafi İşaretli Yöresel Yiyecekleri ve Marka Yiyecekleri	7
1.1.2. Az Bilinen Yöresel Yemek Kavramı.....	15
1.1.2.1. Trabzon'un Az Bilinen Yöresel Yemekleri	15
1.2. Gastronomi ve Gastronomi Turizmi	21
1.2.1. Gastronomi Kavramı	21
1.2.2. Gastronomi Turizmi	22
1.2.3. Yöresel Yemeklerin Gastronomi Turizmindeki Yeri	23
1.2.3.1. Yöresel Yemeklerin Trabzon Gastronomi Turizmindeki Yeri	24
1.3. Trabzon İli Hakkında Genel Bilgiler	25
1.3.1. Coğrafya	26
1.3.2. Tarih	27
1.3.3. Nüfus	28
1.3.4. İklim ve Bitki Örtüsü.....	28
1.3.5. Turizm	29
İKİNCİ BÖLÜM.....	33
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE BULGULARI.....	33
2.1. Araştırmanın Konusu, Amacı ve Önemi.....	33
2.2. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları	34

2.3. Araştırmanın Yöntemi	34
2.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	35
2.5. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi	36
2.6. Araştırma Verilerinin Analizi	37
2.7. Araştırmanın Bulguları	38
SONUÇ VE ÖNERİLER	56
KAYNAKÇA.....	61
EKLER.....	69
AKSARAY ÜNİVERSİTESİ TEZ DEĞERLENDİRME FORMU.....	74



TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Trabzon Yöresi Gastronomi Ürünleri ve Yöresel Lezzet Çeşitliliği.....	6
Tablo 2. Trabzon’da Bulunan İşletme (Bakanlık) Belgeli Konaklama Tesisi İstatistikleri	32
Tablo 3. Trabzon’da Bulunan İşletme (Bakanlık) Belgeli Tesis Konaklama İstatistikleri	32
Tablo 4. Katılımcılar Hakkındaki Demografik Bilgiler	38
Tablo 5. Katılımcıların Çalıştıkları İşletmeler Hakkındaki Demografik Bilgiler	39
Tablo 6. “İşletmelerde Servis Edilen Yöresel Yemekler” Kategorisine İlişkin Bulgular	40
Tablo 7. Trabzon’un Az Bilinen Yöresel Yemeklerinin Servis Edildiği İşletmeler	41
Tablo 8. “İşletmelerde talep gören yöresel yemekler” Kategorisine İlişkin Bulgular.....	42
Tablo 9. “İşletmelerde sunulan yöresel yemeklerin bilinirliği” Kategorisine İlişkin Bulgular....	43
Tablo 10. “Yöresel yemeklerin dahil edildiği öğünler” Kategorisine İlişkin Bulgular.....	45
Tablo 11. “Müşterilerin yöresel yemeklerin içeriklerine olan ilgisi” Kategorisine İlişkin Bulgular	46
Tablo 12. “Yöresel yemeklerin işletmelerin müşteri potansiyeline katkısı” Kategorisine İlişkin Bulgular.....	47
Tablo 13. “İşletmelerde diğer yöresel yemeklere yer verilmeme nedenleri” Kategorisine İlişkin Bulgular.....	49
Tablo 14. “Yöresel yemekleri deneyimleyen turistlerin ürünleri şehir dışına götürme talebi” Kategorisine İlişkin Bulgular	51
Tablo 15. “Trabzon tanıtımında yöresel mutfağın etkili kullanımı” Kategorisine İlişkin Bulgular	52
Tablo 16. “Trabzon’da gastronomi turizmini canlandırma” Kategorisine İlişkin Bulgular.....	53

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Hamsiköy Sütlaçı	9
Şekil 2. Akçaabat Köftesi	9
Şekil 3. Yomra Elması	10
Şekil 4. Sürmene Pidesi	11
Şekil 5. Tonya Tereyağı	11
Şekil 6. Vakfikebir Ekmeği	12
Şekil 7. Vakfikebir Külek Peyniri	13
Şekil 8. Trabzon Kuymağı	13
Şekil 9. Arsin Foşa Fındığı	14
Şekil 10. Pazı Mihlama	15
Şekil 11. Lames İçli Pide	16
Şekil 12. Hamsi Kuşu	17
Şekil 13. Külür Tava	17
Şekil 14. Tomara Tavası	18
Şekil 15. Isırgan Çorbası	18
Şekil 16. Gongoş Sarması	19
Şekil 17. Simira	20
Şekil 18. Lifoz	20
Şekil 19. Trabzon İlçeleri ve Komşu İller Haritası	26

KISALTMALAR

- Cİ** : Coğrafi İşaret
- DOKA** : Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı
- KTB** : Kùltür ve Turizm Bakanlığı
- KTÜ** : Karadeniz Teknik Üniversitesi
- TPMK:** Türk Patent ve Marka Kurumu
- TÜİK** : Türkiye İstatistik Kurumu

GİRİŞ

İnsanların değişen beklentileri ve ihtiyaçları turizmde çeşitliliği sağlamış ve turizm etkinliklerine yon vermiştir. Gelişen imkanlar dahilinde alışılmışın dışında alternatif turizm turleri artık dikkat çekmeye başlamıştır. İnsanların ihtiyaç olarak gordüğü yemek bugün tüm dünyada bir turizm unsuru haline gelmiştir. Bu bağlamda farklı coğrafyalar ve kùltürler tanımak isteyen insanlar için mutfaklar artık günümüzde önemli bir etken olmuştur. Uzun yıllar boyunca pek çok farklı dinamiğin oluşturduğu kùltürlerin en açık göstergesi olan yöresel mutfaklar da insanlar için turistik bir araç haline gelmiştir. Her bölgenin coğrafyası ve iklimi ile ilişkili olarak yetişen ürünlerin yöre kùltürüne özgü biçimde pişirilmesi bölgelerin kendilerine özgü yöresel yemeklerini ortaya çıkarmıştır.

Alternatif turizm türlerinin rağbet gordüğü son dönemlerde gastronomi turizmi en fazla dikkat çeken turizm türlerinden biri olmuştur. Yerel mutfaklar, seyahat eden turistler için artık teşvik edici unsur olarak görölmektedir. Mutfaklar, yörenin kendine has tüm unsurlarını gözlemlene fırsatı bulabileceğimiz, kimliği ve gelenekleri yansıtan önemli bir alan olarak görölmektedir. Bu sebeple yeni kùltürlerle tanışmak isteyen turistler için mutfağın, yöresel yemeklerin ve geleneklerin deneyimlendiği gastronomi turizmi önem arz etmektedir. Son yıllarda gastronomik kimlik oluşturan ve özellikle gastronomi turizmi adına ön plana ıkmiş destinasyonlar olduğu bilinmektedir. Sürdürülebilir bir turizm imkanı sağlayan ve bölgesel turizmi kalkındırarak yerel halka pek çok açıdan katkı sağlayan gastronomi turizmi alternatif bir turizm türü olarak ùlkemizde de ilgi görmektedir.

Farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmış olması, iklimi ve coğrafyası Trabzon mutfağının temellerini oluşturmuştur. Bu etkenler yöre mutfağında çeşitlilik sağlamış ve yeme içme alışkanlıklarına şekil vermiştir. Trabzon, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde ön plana çıkan önemli bir turizm merkezi haline gelmiştir. Her ne kadar yerli ve yabancı turistler tarafından kùltürel zenginliği, coğrafyası ve doğal güzellikleriyle ilgi görse de farklı

mutfağı ve gastronomisiyle de turizm potansiyeli taşımaktadır. Balık, köfte, ekmek, peynir eşitleri ve otların hakim olduğu ve çeşitlendirdiği yöresel mutfak, farklı sunumları ve gelenekleriyle de ziyaretçilere cazip gelmektedir. Turizm kapsamında, doğal güzelliklerin eşlik ettiği yöresel mutfak sunumları bugün Trabzon için ziyaretçi sayısının her geçen gün artmasını sağlamaktadır. Mutfak kültürünün temel unsurlarından olan gelenekler ve yemek sunumu da Trabzon'da turizmin bir parçası haline gelmiştir. Bu durum, Trabzon gastronomisini alternatif bir turizm dinamiği olarak ön plana çıkarmıştır.

Trabzon mutfağında yerli ve yabancı turistler tarafından bilinen ve coğrafi işaret almış bazı yöresel yemekler ön plana çıkmaktadır. Aynı zamanda yöre halkı tarafından tüketilen ancak turizme kazandırılmamış ya da gastronomik açıdan ön plana çıkmamış bazı yöresel yemekler de mevcuttur. Bu araştırmanın amacı; bu yöresel yemekleri tanıtmaq, bu yemeklerin şehrin Gastronomi Turizmine olan katkısını ildeki yerel işletmeler aracılığıyla yapılacak değerlendirmeler ile ortaya koymaktır. İki bölümden oluşan bu araştırmanın birinci bölümünde; literatür taraması ile elde edilen verilerle gastronomi turizmi, yöresel yemeklerin gastronomi turizmi ile ilişkisi, Trabzon'un az bilinen yöresel yemekleri ve Trabzon'un genel özellikleri yer almaktadır. Araştırmanın ikinci bölümünde ise; araştırmanın konusu, amacı ve önemi, sınırlılıkları, araştırmanın yöntemi, evreni ve örnekleme, veri toplama yöntemi, veri analizi ve bulgular yer almaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Yöresel Mutfak Kavramı

Her yörenin kendine özgü bir kültürü ve bu kültürün özelliklerini taşıyan bir yöresel mutfağı vardır. Yöresel mutfaklarda bölgelerin gelenekleriyle harmanlanan, yerel malzemelerle hazırlanan ve yerel halk tarafından çok tüketilen yöresel yemekler yapılmaktadır. Trabzon mutfağı da kendine özgü gastronomisiyle ülkemizde ön plana çıkan bir mutfaktır. Yöresel mutfak ürünleri ve mutfak gelenekleri çeşitliliği sağlayan ve toplum kimliklerini ayırtan belirgin etkenlerden biridir. Bir yöreye özgü ürünlerin yöreye özgü geleneklerle hazırlanıp sunulduğu yiyecekler ve içecekler yöresel mutfak olarak tanımlanmaktadır (Şengül ve Türkay, 2016).

Bessière (1998)'e göre; bir bölgenin yerel mutfağı ve gastronomik unsurları turizmle bütünleştiğinde insanların yerel kültürle bütünleşmesine olanak tanıyan, gelenekleri ve zenginlikleri sergileme fırsatı veren kodlardır. Yöresel mutfak, yeme alışkanlıkları ve gelenekler ait oldukları toplumun karakterini ortaya koyar.

Long (2004)'e göre, yemek ve kimlik hem bireysel hem de toplumsal anlamda birbiriyle içiçedir. Yemek ve mutfak kültürü bir toplumun kimliği hakkında ipuçları veren sosyal bir iletişim şeklidir. Dolayısıyla yöresel mutfaklar ziyaret edilen bölgeler ve yerli halk için kültürün ve kimliğin bir aynasıdır. Bir topluluğa ait gelenekler ve yerel mutfak kültürü yöre insanının yemek tercihlerinden daha fazlasını yansıtmaktadır.

Alternatif turizm türleri içerisinde ön plana çıkan gastronomi turizmi için yöresel mutfaklar turistleri bölge kültürüne yakınlaştıran cazip ve çekici unsurlardır (Kim ve Eves, 2012).

1.1.1. Yöresel Yemek Kavramı

Long (2004)'a göre, yemek başka bir kültürü tanımak ve özümsemek için çok güçlü bir olanaktır. Yeni bir kültürle ilgili merakı gideren, eskiyle yeniyi bağdaştıran yeni keşifler ve deneyimler edinmek için mutfaklar ve yemekler fırsat sunmaktadır. Bir yörede uzun yıllar bir arada yaşayan insanlar tarafından diğer yemeklere göre daha çok tüketilen ve gelenekselleşmiş yemeklere yöresel yemek adı verilmektedir. Yöresel yemekler özel günlerde daha çok tüketilmektedir. Çoğunlukla bir olay sonucunda kültüre yerleşmiş ve yerel mutfağın bir parçasını oluşturmuşlardır. Yörenin coğrafyası ve iklimi, yöreye özgü üretim ve pişirme usulleri, inanç yapısı, tarihi ve kültürel unsurlar yöresel yemek çeşitliliğini sağlamaktadır. Yöresel yemekler; rutinler, gelenekler, yemeğin hazırlanışı ve sunumu gibi bir yörenin kendine özgü mutfağına dair farklı özelliklerini de göstermektedir (Hatipoğlu, Zengin, Batman ve Şengül, 2013). Yöresel yemeklerin hammaddesi farklı bir yörede yetişse bile yemeği yöresel yapan faktör yörenin özgün mutfağının izlerini taşıması ve üretiminin yöreye özgü olmasıdır. Yemeğin pişirme yönteminin, sunumunun ve diğer niteliklerinin yöreye ait gelenekleri yansıması yemeği yöresel hale getirmektedir (Kim, Eves ve Scarles, 2013; Mil ve Denk, 2015).

1.1.1.1. Trabzon Yöresel Lezzetleri ve Gastronomi Ürünleri

Beşirli (2010)'a göre topluluğun yaşadığı coğrafya ve diğer fiziksel özellikler o yörenin mutfak kültürüne önemli ölçüde etki etmektedir. Bölgenin iklimi ve coğrafi şartları yöre mutfağını şekillendiren etkenlerdir. Trabzon ilinin arazi yapısı ve mevsim şartları gereği yöre insanı kırsalda yaşamakta ve hayat şartlarını da bu unsurlar etkilemektedir. Mevsim şartlarına ve arazi yapısına uyum sağlamak için ulaşılabilecek ürünler ve az malzeme ile hazırlanan hızlı yemekler yöre mutfağında daha çok görülmektedir. Yüksek kesimlerde yaylacılık faaliyetleri yaygındır ve çevre illerin mutfaklarından bazı ürünleri de sofralarda görmek mümkündür. Yaylacılık gelişmiş olduğu için Trabzon'da süt ürünleri çeşitlilik kazanmıştır. Bölgenin sahil kesimlerinde balıkçılığın gelişmiş olması sebebiyle, mevsime bağlı olarak deniz ürünleri önemli ölçüde tüketilmektedir. Farklı balık çeşitlerini, pişirme tekniklerini ve sunumlarını görmek mümkündür. Trabzon özellikle Osmanlı İmparatorluğu döneminde bakırcılıkta gelişmiş olması sebebiyle günümüzde halen sofralarda servis, bakır mutfak ürünleriyle yapılmaktadır (Şen, 2020). Özellikle Kuymak ve Pazı Mıhlama gibi

yöre mutfağında öne çıkan ve yerli halk tarafından çok tüketilen ürünler bakır ürünlerle servis edilmektedir. Şehrin mevsim şartlarının bol yağışlı ve nemli olması sebebiyle hamsi, fasulye ve lahana gibi pek çok ürünü saklamak için turşusu kurulmaktadır. Yağışlı iklim sebebiyle bölgede bolca yetişen pek çok sebze, meyve ve ot çeşidi bulunmaktadır. Özellikle meyvelerin reçelleri yapılmaktadır. Sebze ve otlar yöre mutfağının çoğunluğunu oluşturmaktadır. Yöre mutfağında tava kültürü gelişmiştir. Mısır unu, yumurta ve baharat kullanılarak farklı tür sebze ve otların tavası yapılmaktadır. Bölgede yetişen farklı otların ve sebzelerin kavurması da sofraların vazgeçilmezidir.

Ekmek yöre mutfağında sofralarda en çok tüketilen ve turistler tarafından bilinen ürünlerden biridir. Ekşi mayalı hamurdan yapılan ve 1 hafta kadar raf ömrü olan Vakfikebir ekmeği coğrafi işaret almıştır. Mısır ekmeği de bilinen diğer bir ekme çeşidi olup yerel işletmelerde Vakfikebir ekmeği ile servis edilmektedir (Şen, 2020). Bölgenin yerel mutfağında ön plana çıkan en önemli gastronomik öğeler balık, sebzeler ve otlardır. Hamsi şehrin bilinen sembol ürünlerinin başında gelmektedir. Hamsi ve diğer balık türlerinin kızartma, buğulama, tava ve ızgara gibi pek çok farklı pişirme tekniği ve sunumu mevcuttur. Trabzon'un yöresel mutfağına bakıldığında kullanılan ana ürünler hamsi, mısır, fasulye, lahana, patates, turşu ve pide gibi ürünlerdir. Bu temel malzemelerle hazırlanan yüzlerce farklı yemek çeşidi bulunmaktadır. Yöreye has bazı tarımsal ürünler Trabzon ekonomisine katkı sağlamaktadır. Başlıca tarım ürünleri arasında çay, fındık, fasulye, mısır ve hububat ürünleri mutfağın başlıca tarım ürünlerini oluşturmaktadır. Trabzon mutfağına özgü tereyağı, özel peynirler ve mısır unuyla yapılan kuymak gibi yemekler de Trabzon mutfağına özgü olup ekonomiye ve turizme katkı sağlayan önemli gastronomik unsurlardır (Taş, 2012). Peynir, yoğurt ve kaymak bölgede yaygın olarak kullanılan gıdalardır. Daha alçak kesimlerde ise yoğun yağış nedeniyle sebzeler, özellikle kara lahana, taze fasulye, mısır vb., yemeklerin ana malzemesi olarak sıkça kullanılır. Yerel mutfakta sıkça tercih edilen mısırın unu ve yarması bölgenin mutfağında çorba ve ekme yapımında ve balık pişirmede çok kullanılır (Şen, 2020). Sütten yapılan peynir, tereyağ, yoğurt gibi yiyecekler, pide çeşitleri, çorbalar ve yöresel ekme, et ve balık yemekleri, sebzeler ve otlarla yapılan yemekler ve tava çeşitleri, tatlılar, içecekler ve reçeller Trabzon'un geleneksel mutfak ürünleri olarak sınıflandırılabilir. Bölge kültürünün dizi ve filmlerde işlenmesi, hem yerli hem de yabancı turistlerin ziyaretleri sırasında çektikleri videoları sosyal medya

platformlarında paylaşmasıyla beraber özellikle Akçaabat köfte, kuymak, pide çeşitleri, lahana ve mısır ekmeği, Hamsiköy sütlacı, peynir ve tereyağı gibi yöresel ürünler ve yemekler ülke genelinde tanınmıştır (Yılmaz, 2020). Trabzon mutfağı, bu geniş yelpazesi ve kendine özgü tatlarıyla tanınır ve oldukça zengin bir mutfaktır. Bu nedenle Trabzon'un gastronomik çeşitliliği ve lezzetleri hem yerel halk hem de ziyaretçiler için çekici bir alternatif sunmaktadır (Kızılırmak, Albayrak ve Küçükali, 2014). Trabzon destinasyonunun öne çıkan gastronomi ürünleri ve yöresel lezzet çeşitliliği genel olarak aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 1. Trabzon Yöresi Gastronomi Ürünleri ve Yöresel Lezzet Çeşitliliği

Kategori	Çeşitler
Tarımsal Ürünler	Mısır, , Kivi, Hanıfta, Karayemiş, Ligarba, Tütün, Pazı, Fındık, Kiraz, Baldıran Karalahana, Tirit, Isırgan, Çay, Taflan, Trabzon Hurması, Sakarca, Melevcan (Dikenucu), İncir, Üzüm, Mendek.
Süt Ürünleri	Kolot peyniri, Telli peynir, Yoğurt, Tereyağı, Ağuz, Kaymak, Külek Peyniri, Minci.
Çorbalar	Karakabak Çorbası, Hamsi Çorbası, Karalahana Çorbası, Gecin Çorbası, Koliva Çorbası Kendime Çorbası, Isırgan Çorbası, Mısır Çorbasının ayrınlı ve yoğurtlusı (Gorgot).
Balık ve Balıktan Yapılan Yemekler	Hamsi Kuşu, Mezgıt Tava, Hamsili Kaygana, Hamsi Tava, Lüfer, Hamsi Güveci, Mezgıt Buğulama, Hamsi Tuzlaması, Sebzeli Hamsi, Pazılı Hamsili Bulgur Pilavı, Hamsi Buğulaması, Hamsi Çitlemesi, Karagöz, Hamsili Pilav.
Ot ve Sebze Yemekleri	Mısır Yarmalı Sarma, Pazı Mihlama Külür Tava, Fasulye Pilaki, Karalahana Yemeği, Malhota, Guliya, Mamzana, Tomara Tava, Turşu Kavurması, Ezme Lahana, Balkabağı Tavası, Pazı Tavası,.
Et Yemekleri	Trabzon Döneri, Trabzon Haşlama, Gongoş, Akçaabat Köfte.
Mezeler ve Salatalar	Fasulye Piyazı, Ebegümece Salatası, Erik Ekşili Fasulye, Isırgan Otu Salatası, Erik Ekşili Yumurta, Hamsi Salamura Salatası.
Hamur İşleri	Trabzon Pidesi (Peynirli ve Kıymalı), Su Bireği, Hodan Böreği, Mısır Ekmeği, Ziron, Kabak Ekmeği, Sütlü Mısır Ekmeği, Sumur

Hamur İşleri	Ekmeği, Lames İçli Pide, Lasir Ekmeği, Trabzon Vakfikebir Ekmeği.
Hoşafklar	Kuru İncir, Erik, Ayva, Vişne, Elma, Maranda, Kuru Üzüm.
Tatlılar	Kavut, Trabzon Kurabiyesi, Un Helvası, Trabzon Hurmalı Kek, Kabak Tatlısı, Laz Böreği, Beton Helva, Trabzon Hurmalı Tart, Trabzon Burmalısı, Pepeçura, Hamsiköy Sütlaç, Balkabağı Tatlısı, Kanuni Şerbeti, Hurma Taatlısı.
Turşu, Reçel, Pekmez ve Marmelatlar	Erik Turşusu, Kızılıçık Reçeli, Tomara Turşusu, Fasulye Turşusu, Armut Turşusu, Kazayağı Turşusu, Sakarca Turşusu, Taflan Turşusu, Dağ Çileği Reçeli, Karayemiş Reçeli, Karalahana Turşusu, Armut Reçeli, Ligarba Reçeli, Ayva Reçeli, Molaşa (Böğürtlen) Reçeli, Elma Reçeli, Erik Reçeli, Kuşburnu Pekmezi, Elma Pekmezi, Molaşa Pekmezi, Ligarba Pekmezi, Hurma Marmelatı, Ayva Marmelatı, Armut Marmelatı, Armut Pekmezi, İncir Marmelatı, Ligarba Marmelatı, Üzüm Pekmezi, Muşmula Marmelatı.
Diğer Meşhur Yiyecekler	Kuymak, Kaygana Çeşitleri (Külürlü, Kalkanoğlu Pilavı, Hamsili, Pazılı, Tomaralı vb.), Kazkaldıran, Çimdik Makarnası, Haluşka, Muhlama, Sakarcalı, Patates Tava, Mamalika, Hoşmeli.

Kaynak: Çataklı (2021)

1.1.1.2. Trabzon'un Coğrafi İşaretli Yöresel Yiyecekleri ve Marka Yiyecekleri

Çalışkan ve Koç (2013) çalışmasında, bir ürünün ön plana çıkan tüm niteliklerini belirli bir yöre veya coğrafya ile özdeşleştiren ad veya işaretleri 'Coğrafi İşaretler' olarak tanımlamaktadır. Menşe adı ile coğrafi işaret alan ürünlerin tüm belirleyici özellikleri ait olduğu coğrafya ile özdeşleşmiş ürüne dair üretim, hammadde veya diğer tüm işlemler aynı coğrafya ile sınırlandırılmıştır. Mahreç işareti ile coğrafi işaret alan ürünlerin ise belli bir niteliği ya da ünü belirli bir coğrafi alanla sınırlı olmasına rağmen ait olduğu coğrafyadan farklı bir yerde de gerçekleşebilir. Gıda ve tarım ürünlerinin yanı sıra el sanatları, maden ve sanayi ürünleri de Coğrafi işaret ile tescillenmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu [TPMK], 2024).

Coğrafi işaret ile tescillemek ürünlere fayda sağlamakta ve ürünlerin doğallığını koruyarak sürdürülebilir olmasını sağlamaktadır. Yöreye sağladığı ekonomik katkının yanı sıra bölge tanıtımında da önemli rol oynamaktadır. Bu durum da kırsal turizme fayda sağlamaktadır. Ürünlerin coğrafi işaretle tescillenmesi üreticileri de desteklemekte ve teşvik etmektedir. Aynı zamanda yöreye özgü geleneksel bilgilerin de korunmasını sağlamaktadır (Çalışkan ve Koç, 2013).

Kaliteye önem veren tüketiciler için yöresel ürünlerin coğrafi işaret alması önem arz etmektedir. Bu işaretler ürün kalitesini tescillemek ve garanti etmek adına yöresel ürün tercihlerinde yalnızca üreticiler değil aynı zamanda tüketiciler için de önem arz etmektedir. İşaretlerle tanınır hale gelen ve değeri koruma altına alınan ürünler tüketiciler için bir kalite göstergesidir (Şahin ve Meral, 2012).

Türkiye’de 2023 yılı itibariyle Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK,2024) tarafından raporlanan coğrafi işaretli ürünler ve gelenekler ürünlerde toplam tescil sayısı 1639 iken başvuru işlemleri devam eden ürün sayısı 600’dür. Karadeniz Bölgesi için tescilli ürün sayısı 264 iken tescil işlemleri devam eden ürün sayısı 162’tür. Doğu Karadeniz Bölgesi’nde yer alan Trabzon ilinin 09.10.2024 itibariyle tescillenmiş Coğrafi işaretli ürün sayısı 13 iken, başvuru işlemi devam eden ürün sayısı 3’tür. Tescilli ürünlerden 11 tanesi Mahreç işareti alan, 2 tanesi ise Menşe adı alan ürünlerdir. Tescillenmiş Coğrafi işaretli ürünlerden yiyecek içecek ürün sayısı 9’dur. Bu coğrafi işaretli ürünlerin bir tanesi menşe adı, 8 tanesi Mahreç işareti alan ürünlerdir. Araştırma sürecinde tescil edilmiş yiyecek ürünler ve tescil tarihleri; Arsin Foşa Fındığı (2022), Hamsiköy Sütlaçı (2017), Tonya Tereyağı (2018), Akçaabat Köftesi (2010), Sürmene Pidesi (2020), Vakfikebir Ekmeği (2018), Yomra Elması (2020), Vakfikebir Külek Peyniri (2021), Trabzon Kuymağı (2024) şeklindedir. Coğrafi işaret almak için başvuru sürecinde olan gastronomik ürün ise Aho Peyniri (05.02.2024) dir (ci.turkpatent.gov.tr, 2024).



Şekil 1. Hamsiköy Sütlaçı (www.turkpatent.gov.tr, 2024)

Trabzon'un yöresel tatlısı olan Hamsiköy Sütlaçı pirinç, şeker ve süttten yapılmaktadır. Yılın büyük bölümünde yağış alan, gür ve yeşil bitki örtüsünün hakim olduğu, yeşil çayırlar ve meraların bulunduğu Hamsiköy'de bu durum sütün lezzetini etkilemektedir. Serbest otlaklardan ve iklimle birlikte çeşitlenen yerli bitkilerden beslenen ineklerin sütü tatlının ana malzemesidir. Bu da tatlıyı farklı kılan ve lezzetlendiren en önemli unsurdur. Sütlaç genellikle fındıkla servis edilmekte ve soğuk saklanmaktadır. Hamsiköy'ün mutfak kültüründe öne çıkan ve beldeye ekonomik anlamda katkı sağlayan bu tatlının üretimi ve sütün temini bu coğrafi sınırdaki gerçekleşmektedir (TPMK, 2024).



Şekil 2. Akçaabat Köftesi (www.turkpatent.gov.tr, 2024)

Trabzon'un Akçaabat İlçesi'nin simgesi olan köfte coğrafi sınırdaki köklü bir geçmişe sahiptir ve köfte hamurunu hazırlamak ustalık gerektirmektedir. Sarımsak, bayat ekme,

su, tuz ve sığır etinden hazırlanan köfte odun kömüründe pişirilmektedir. Uzun süre yoğrulan ve soğutulan köftenin hamurunda başka bir ürün kullanılmamaktadır. Dondurulmuş olarak da piyasada bulunabilen Akçaabat köftesi, geleneksel olarak sivri biber ve domates ile servis edilmektedir (TPMK, 2024).



Şekil 3. Yomra Elması (www.turkpatent.gov.tr, 2024)

İlin meyve deposu olarak bilinen Yomra ilçesinde yetiştirilen Yomra Elması halk arasında 'yomur elma' olarak da adlandırılmaktadır. Mayhoş bir tada sahip olan elma olgunlaştıkça mayhoşluk azalmaktadır. Meyve eti de olgunlaştıkça yumuşamaktadır. Partenokarpiye eğilimli bir meyve olduğu için meyvede çok az çekirdek bulunur ya da hiç bulunmaz. Yomra Elması sap kısmından basık orta kısımdan şişkincedir. Meyve nemin yüksek olduğu serin yerlerde saklanır. Sapı yaklaşık 2 cm'dir (TPMK, 2024).



Şekil 4. Sürmene Pidesi (www.turkpatent.gov.tr, 2024)

Trabzon'un Sürmene ilçesinde 1940'lı yıllardan beri yapılan Sürmene Pidesinin içerisinde kullanılan tereyağı ve peynir, pideyi lezzetli yapan en önemli unsurlardır. Sadece yörenin yaylalarında biçilen ve kurutulan yemlerle beslenen hayvanların sütü kullanılan peynir ve tereyağına lezzetini vermektedir. Yöreye özgü kolot ve civil peynirinin karışımından oluşan köy peyniri (tuzlu peynir) ve tuzsuz tereyağının kullanılması ürünü daha lezzetli ve kaliteli yapmaktadır. Yapım aşamasında daha dayanıklı olması ve raf ömrünün daha uzun olması için şeker kullanılmayan hamura yaş maya, tuz, un, ve su eklenir (TPMK, 2024).



Şekil 5. Tonya Tereyağı (www.turkpatent.gov.tr, 2024)

İklimin etkisi ile çeşitlilik gösteren bitki örtüsü sebebiyle yöredeki yeşillik, çayırılık alanlar ve meralarda yetişen otlar inek sütüne etki eder ve kaliteyi artırır. Geleneksel yöntemlerle

yapılan, Tonya İlçesi'ne özgü olan tereyağının yörede otlanan inek sütüyle yapılması yağın en belirgin özelliği olup tadını ve aromasını bu süttten almaktadır. Sarı rengini içerisinde bulundurduğu yoğun miktardaki β -Karatenden almaktadır. Tonya tereyağının üstün ve kaliteli bir ürün olduğu 1887 tarihli Trabzon (Tonya) Vilayet Salnamesinde de belirtilmiştir. İlk kez endüstriyel olarak 1967 yılında üretilmeye başlanmıştır (TPMK, 2024).



Şekil 6. Vakfikebir Ekmegi (www.turkpatent.gov.tr, 2024)

Yaylacılık ve yayla kültür Trabzon yöresi için bayatlamayan ekmeğin ihtiyacını doğurmuş ve bu da taş fırın ekmeğinin yapımını hızlandırmıştır. Kalın sert kabuklu, ekşi hamurlu ve iri gözenekli olan Vakfikebir Ekmegi ülke genelinde yaygın olarak tüketilmektedir. Trabzon yöresine ait bu ekmeğin işlem süresi uzun olmakla birlikte hamurdan elde edilen katı ekşi mayadan yapılması en ayırt edici özelliğidir. Maya sayesinde ekmeğin iyi kabarıp, geç bayatlar ve kendine has tadını alır. İşlem süresinin uzun olması, daha aromatik ve yüksek hacimli olması, geç bayatlaması, toleransının yüksek olması gibi özellikler ekmeği daha kaliteli hale getirmiştir (TPMK, 2024).



Şekil 7. Vakfikebir Külek Peyniri (www.turkpatent.gov.tr, 2024)

Geleneksel olarak üretilen Vakfikebir Külek Peyniri ahşap kaplar içinde fındık kabuklarında veya toprak altında üretilmektedir. Külek peyniri 3-6 ay olgunlaştırılıp muhafaza edilmektedir. İnek veya koyun sütünden üretilmektedir. Üretim aşamasında çökelek ile peynir mayası (rennet) ve doğal kursak (şırdan) mayasından üretilen peynir karıştırılmaktadır. Ahşap kap içerisindeki küleklere peynir ve çökelek katmanlar halinde basıldığı için katmanlı bir görünüme sahiptir. Toprak altında suyunu kaybederek olgunlaşan peynir eskitme peynir tadına sahiptir (TPMK 2024).



Şekil 8. Trabzon Kuymağı (www.turkpatent.gov.tr, 2024)

Kuymak, Trabzon mutfağının simgesi haline gelmiş bir yöresel yemektir. Mısır unu, tereyağı, telli peynir, tuz ve sudan yapılmaktadır. En çok kahvaltıda tercih edilen

Kuymak'ın rengi sarıdır. Servis aşamasında kaşıkla çektikçe uzayan bir yapıya sahip olması içerisinde kullanılan telli peynir sayesinde. Yemeğin yörede geleneksel yapımı ve sunumu bakır tavada ve tahta kaşıkla yapılmaktadır (TPMK, 2024).



Şekil 9. Arsin Foşa Fındığı (www.turkpatent.gov.tr, 2024)

Coğrafi sınırdaki “boyhane” olarak da bilinen Arsin Foşa Fındığı Arsin ilçesinde yetişmektedir. Fındığın varlığı ve üretimi Osmanlı dönemine dayanmaktadır ve kayıtlıdır. Fındığın konulduğu çuvalların nem oranının %12’yi geçmemesi gerekir. Dökme olarak veya kabuklu bir şekilde jüt çuvallarda piyasaya dağıtılmaktadır. Sonbahar ayları dikim için en uygun aylardır (TPMK, 2024).

Trabzon’da coğrafi işaret almış ürünlerin ve yöresel yemeklerin yanı sıra turistler tarafından bilinen ve çok tercih edilen yöreyle özdeşleşmiş ve markalaşmış ürünlerden bazıları şunlardır: (Alaçam, 2019).

- Beton Helva
- Kalkanoğlu Pilavı
- Trabzon Hurması
- Akçaabat Un Helvası
- Kanuni Şerbeti
- Trabzon Döneri

1.1.2. Az Bilinen Yöresel Yemek Kavramı

Yöreyle dair mutfak geleneğini tümüyle yansıtan yöresel yemekler yapıldıkları bölgelerde ve yörelerde sofralarda sıkça yerini almaktadır. Mevsim şartları ve coğrafya özellikleri gibi pek çok etkenin şekillendirdiği mutfak kültürü ve yemek çeşitleri yerel mutfağın somut ürünleri arasındadır. Bir bölgeye ait yöresel yemekler bölgede sıklıkla pişirilen ve yöreye ait geleneklerde de karşımıza çıkabilen yemeklerdir. Ülkemizde ve dünyada ün kazanmış ve bilinir hale gelmiş pek çok yöresel yemek mevcuttur. Farklı sunum şekilleri, yapımında kullanılan malzemeler ve lezzet, yemekleri mutfaklarda ön plana çıkaran bazı etkenlerdir. Yerelde öne çıkan, işletmelerde servis edilen ya da turizme kazandırılmış yöresel yemeklerin yanısıra evlerde tüketilmesine rağmen yeterince tanınmayan ya da bilinirlik kazanmamış pek çok yöresel yemek de bulunmaktadır. Yerel mutfağın tanıtımında önemli rol oynayan yerel işletmelerde yer bulamayan, turizme kazandırılmamış ya da ön plana çıkarılmayan bu yemekler yöre halkının mutfağıyla sınırlı kalmış ve diğer yemeklere göre daha az bilinen ve tanınan yöresel yemeklerdir.

1.1.2.1. Trabzon'un Az Bilinen Yöresel Yemekleri



Şekil 10. Pazı Mıhlama (www.trabzon.gov.tr, 2024)

Karalahana ile birlikte Trabzon mutfağında en çok kullanılan ana bileşenlerden biri de pazıdır. Pazı mıhlama (yerel dilde pezik) pazı kavurması olarak da bilinir. Genellikle kahvaltılarda tercih edilir. Turistik işletmelerde, otellerde ve restoranlarda kahvaltı

menülerinde yer verilir. Sarımsak, soğan, pazı ve yumurta ile hazırlanan bu yemek tercihe göre baharatlarla tatlandırılabilir. Sıcak servis edilir.



Şekil 11. Lames İçli Pide (www.trabzon.gov.tr, 2024)

Trabzon pide çeşitleriyle ünlü bir destinasyondur. Sürmene Pidesi, Trabzon peynirlisi, kıymalı en popüler olanlarıdır ve ziyaretçiler için en çok tercih edilen yerel tatlılardır. Sarma çeşitleriyle bilinen, yemeği ve çorbası yapılan karalahana pidelerin de vazgeçilmezlerindedir. Tercihe göre mısır yarması, pazı, fasulye ya da barbunya da eklenen içli pide karalahana sevenler için enfes bir lezzete sahiptir. İçli pidenin pazı ile yapılan çeşidi Lames İçli Pide olarak bilinir. Hazırlanan pazılı iç harcın hamurla birlikte karıştırılıp yoğrularak hazırlanan ekmeğe de Lames ekmeği denir. Hamuru ve hazırlanan iç harcın içeriği aynı olmasına rağmen ana malzeme değişkenlik gösterdikçe pide isimleri de değişkenlik gösterebilmektedir. Maya, mısır unu ve buğday unu ile yoğurulan hamur, tereyağında ya da tercihen kuyruk yağında kavruan iç harçla bir araya gelir. Her öğün yenebilen pide sıcak servis edilir.



Şekil 12. Hamsi Kuşu (www.trabzon.gov.tr, 2024)

Kılçığı ayıklanmış hamsi, mısır unu, taze ya da rendelenmiş kuru soğan, maydanoz ve tercih edilen baharatların karışımı hazırlanan, mücvere benzeyen bir yemektir. İri ve etli hamsi tercih etmek hamsinin kızarıırken dağılmasını ya da erimesini engeller. Fileto halinde ya da mücver gibi elde tepeleme yuvarlaklar halinde de hazırlanabilir. Farklı baharatlar ya da yeşillikler malzeme olarak kullanılabilir. Sıcak servis edilen yemek her öğün yenebilir.



Şekil 13. Külür Tava (www.trabzon.gov.tr, 2024)

Mısır mutfak kültürünün ana bileşenlerinden olduğu için bezelye, fasulye ve külür gibi yöreye ait başlıca sebze ve ot çeşitlerinin mısır unlu tavası çok yaygındır. Mısır unu ve baharatlarla harmanlanan külür tavaya tercihe göre diğer yeşillik ve sebzeler de eklenebilir. Kahvaltılarda ve akşam yemeklerinde tercih edilen Külür Tava sıcak servis edilir.



Şekil 14. Tomara Tavası (www.trabzon.gov.tr, 2024)

Trabzon mutfağında tava kültürü çok yaygındır. Çeşitli sebzelerin ve otların mısır unlu ve yumurtalı tava çeşitleri yapılmaktadır. Tomara tavasında Tomara otu ve mutfağın olmazsa olmazlarından mısır unu ana malzemelerdir. Kaldırık otu, Ispıt ya da Hodan olarak da bilinen bu ot bahar aylarında yetişir. Yörede daha çok tava ya da kızartması tercih edilmektedir. Ayrıca kavurması ve turşusu da yapılır. Mısır unu ve baharatlarla harmanlanan tomara saplari tavada pişirildikten sonra üzerine yumurta dökülür. Tomara sağlığa yararlı olması sebebiyle yörede salata malzemesi olarak da kullanılır. Tomara saplari haşlandıktan sonra dondurucu da saklanabilir. Kahvaltılarda ve akşam yemeklerinde tercih edilen bir yemektir.



Şekil 15. Isırgan Çorbası (www.trabzon.ktb.gov.tr, 2024)

Yerel mutfağın öne çıkan ürünü mısır unu, tereyağı ve ısırgan otuyla hazırlanan bir çorbadır. Özellikle köylerde çokça tüketilmektedir. Tıbbi alanda da kullanılan bu bitki yaz aylarında toplanmaktadır.



Şekil 16. Gongoş Sarması (Yazarın kendisi tarafından fotoğraflanmıştır).

Fasülye, balık, mısır ve karalahana Trabzon mutfağının önde gelen ve sık kullanılan ürünleridir. Karalaha pekçok farklı yemek çeşidinin ana malzemesi olarak bölgede önemli bir üründür. Çorbası, yemeği, kavurması ve sarması herkes tarafından bilinen ve tercih edilen yemeklerden bazılarıdır. Etlı ve pirinçli çeşitleri yapılan karalahana sarmasının ana malzemesinden biri de mısır yarmasıdır. Kıymalı, etli, mısır yarmalı çeşitleri mevcut olmakla birlikte, bunların yanı sıra tercih edilen malzemelere göre bilinen farklı sarma çeşitleri de mevcuttur. Gongoş Sarması da bu sarma çeşitlerinden bir tanesidir. Zeytinyağlı sarmalar daha ince sarılmasına rağmen bu sarma çeşidi kalın bir şekilde sarılmasından ötürü adına ‘Gongoş’ denmektedir. Kuyruk yağ, tereyağı, mısır yarması, tercihe göre bulgur, kuşbaşı et, soğan, salça ve baharatlar malzeme listesini oluşturmaktadır. Pişirme aşamasında kuyruk yağı ve kemikli et kullanmak sarmaya lezzetini veren unsurlardan bir tanesidir. Tavsiye edilen güveçte pişirmektir.



Şekil 17. Simira (Kurt ve Badem, 2021)

Pazı, lahana, ısırgan ve külür gibi farklı otların haşlandıktan sonra sarımsak ve tereyağı ile kavrulmasıyla yapılan bir yöresel yemektir. Otların yanı sıra patates ya da fasulye de tercihe göre yemeğe ilave edilmektedir.

Trabzon'da meyvelerden elde edilen marmelat ve reçel çeşitlerine ek olarak içecek de yapılmaktadır. Doğu Karadeniz yöresinde yetişen ve Trabzon'da çokça tüketilen Ligarba (Yaban Mersini) meyvesinden 'Lifoz' içeceği yapılmaktadır. Yaz aylarında serinleten ve meyve aromasıyla lezzet veren bu içeceğin ana malzemesi yaban mersini iken başka meyveler de kullanılmaktadır.



Şekil 18. Lifoz (Yazarın kendisi tarafından fotoğraflanmıştır)

1.2. Gastronomi ve Gastronomi Turizmi

Insanlar için fizyolojik bir ihtiyaç olan yemek toplumlara ait pek çok dinamiği barındırmaktadır. Her toplumun kendi coğrafyasına ait bir yemek alışkanlığı ve mutfağını oluşturan belli temelleri vardır. Son yıllarda yemek insanlar için yalnızca fizyolojik bir ihtiyaç olmanın ötesinde turizm için de etkin bir unsur haline gelmiştir. Bu sebeple turizm hareketlerine yön vermektedir. Bu durum da gastronomi ve turizm kavramlarını bir araya getirmiştir.

1.2.1. Gastronomi Kavramı

Gastronominin temelini oluşturan pek çok etken mevcuttur. Kültürel, tarihi, coğrafi ve hatta psikolojik faktörler bu unsurlara örnektir (Aksoy ve Sezgi, 2015: 80). Kültürün bir aynası olan yemek toplumların yerelde yaşam tarzını yansıtmaktadır (Gülen, 2017). Encyclopædia Britannica (2024), gastronomiyi '*hazırlama, servis etme ve tadını çıkarma*' olarak tanımlamaktadır ve aynı zamanda gastronomiyi '*yemek, kültür ve gelenek arasındaki ilişkilere*' dayandırmaktadır.

Yediklerimiz bizim tercihlerimizin bir yansımasıdır. Yediğimiz şeyler kültürümüzün temel unsurlarıdır ve fizyolojik-sosyolojik kimliğimizi yansıtmaktadır. Bireyler farklı bölgelerde deneyimlediği yerel tatlar ile özdeşleşebilmektedirler. Bu durum gastronomiyi bireyler için önemli kılmaktadır (Hjalager ve Richards, 2002).

Fiziksel en temel ihtiyacımız olan yemek kendini gerçekleştirdiği son aşamada bireyler için farklı kültürleri ve o kültürlerin bir parçası olan yerel tatları deneyimlemek için bir motivasyon kaynağı olabilmektedir (Güzel ve Apaydın, 2016).

Gastronomi sadece farklı yiyecek içecekleri tatmak değildir. Çalışkan (2013) gastronominin kapsamına; bir bölgeye ait yemek çeşitliliği, yeme içme alışkanlıkları, yiyecek ve içeceklerin sunumu, hazırlık süreci ve yemeklerin tüketim şekli gibi farklı bileşenleri dahil etmektedir. Gıdaların fizyolojisi, mikrobiyolojisi, beslenme ve işletme yönetimi de aynı zamanda gastronomi için önemli faktörlerdir. Tüm bu süreçler aynı zamanda gastronominin turizmle birleştiği noktada destinasyona bir kimlik oluşturmada belirleyici bileşenlerdir (Çalışkan, 2013).

Gastronomi sadece bir bölgenin kültürel bir ürünü değil aynı zamanda tüm turistik yerlere ve turizm etkinliklerine alternatif bir tamamlayıcı olabilmektedir. Dünyada bugün pek çok destinasyon uluslararası turist çekmek için yemekleri önemli bir kaynak olarak kullanmaktadır. Dolayısıyla yöresel yemekler ve gastronomi özellikle uluslararası seyahat eden turistler için önemli bir motivasyondur. Bu da gastronomi turizmini destinasyonların kalkınmasında çekici ve önemli bir unsur haline getirmiştir (Güzel ve Apaydın, 2016).

1.2.2. Gastronomi Turizmi

'Culinary Tourism' adlı eserinde ilk kez Gastronomi turizmini bir alternatif turizm türü olarak ortaya atan Long (2003), gastronomi turizmi kavramını farklı kültürlerin mutfaklarına özgü yemekleri tüketerek deneyimlenen bir kültürel etkileşim olduğunu savunmaktadır. Kültürü yaşayarak tecrübe etmenin bir yolu da kültürün özgün yemeklerini deneyimlemektir (Long, 1998, s. 183).

Bir yöreye ait yemekler ve mutfak sanatı o yöre kültürünü oluşturan değerlerin bir yansımasıdır. Gastronomi turizmi, yeni kültürleri bölgenin yerel mutfağı ve yemekleri üzerinden keşfetmek ve tanımaktır (Long, 2004). Turizmde gastronomi, turistlere seyahat ederken yeni şeyler deneyimlemek ve özgürlüğü tatmak için bir olanak sağlamaktadır (Gheorghe, Tudorache ve Nistoreanu, 2014). Çünkü gastronomi turizmi bir lezzet arayışıdır (Rand ve Heat, 2006, s. 209).

Gastronomi turizmi destinasyonların kendilerine özgü mutfak kültürünü ve çeşitliliğini ziyaretçilere sunmalarına olanak sağladığı için bu durum tüm dünya genelinde bu kültürel özgünlükleri deneyimlemek adına bir gastronomik hareketlilik yaratmıştır (Visković ve Komac, 2021). Dönemsel olmaması ya da yılın her ayına yayılması turizmi sürdürülebilir kılmak için önem arz etmektedir (Hjalager, 2002).

Gastronomi turizmi sadece tenek tadımı olmamakla birlikte turistler için bilinçli ve keşfe yönelik aktif bir katılım gerektirir. Yemeklerin hazırlanması, sunumu, sofrada adabı ve yeme alışkanlıkları, öğünler ve mutfak kültürüne ait diğer tüm değerler ve aşamalar turistler için fiziksel olarak süreçte var olduğu bu deneyimin bir parçasıdır (Long, 2004). Üreticiyi ve şefleri yerinde ziyaret edip yöreye özgü yemekleri tatmak, yemeklerin yapım ve sunum

aşamasını gözlemlemek, yerel yemeklerle ilgili düzenlenen festivallere katılmak gastronomi turizmi kapsamındadır (Sormaz, Akmeşe ve Güneş, 2016).

Alışılmışın dışına çıkmak ve farklı deneyimler yaşamak turizm alternatiflerini değerlendirmek için bir cazibe unsurudur. Gastronomi turizmi de bu bağlamda turistlere alan yaratmaktadır. Uluslararası alanda gastro turistler için gidilecek pekçok destinasyon ve tadılacak ürün çeşitliliği göz önüne alındığında bu turizm türü bireyler için çekici bir unsurdur. Gezilecek bölgelerin tarihi ve doğal güzelliklerine ya da diğer turizm kaynaklarına alternatif olabileceği gibi gastronomik öğeleriyle ön plana çıkmış ve gastronomik bir kimlik oluşturmuş her destinasyon gastro turistlere seyahat için gerekli motivasyonu sağlamaktadır. Dünyada yeni bir mutfağı deneyimlemek için seyahat eden pekçok turist bulunmaktadır (Ab Karim ve Chi, 2010, s. 532). Yaz ve kış turizm türleri gibi sınıflandırılmaması ve sürdürülebilir olması da gastronomi turizmini diğer türlerden bir adım öne çıkarmaktadır.

1.2.3. Yöresel Yemeklerin Gastronomi Turizmindeki Yeri

Toplumlar için yemek kültürünün yansımalarıdır ve her toplumun zaman içerisinde geliştirdiği yemek yeme düzeni ve alışkanlıkları vardır. Bu da toplumların mutfak kültürünü oluşturmaktadır (Akman, 1998).

Bir bölgeye özgü teknik ve sunumlar ile yapılan yöresel yemekler bölgenin kimliğini yansıttığı için işletmelerde sunulan yöresel yemekler turistler için merak uyandırıcıdır. Bu nedenle turistler için işletme tercihi yöresel yemek önemli bir etkidir. Özellikle kırsal bölgede yaşayan bireyler özgün ve daha kaliteli olması sebebiyle yöresel lezzetleri daha çok tercih etmektedirler (Erdem, Mızrak ve Kemer, 2018).

Bir yiyeceğin kendi bölgesinde yetişen yerel malzemelerle hazırlanmış olması turistler için daha çekici olabilmektedir. Bu durum da mutfağa dair tüm teknikleri geliştirmek için önemli bir fırsat sunarken yöresel mutfak ve turizmi ortak noktada birleştirmektedir (Yılmaz, 2020).

Yeni lezzetler keşfetmek isteyen turistler için önemli bir motivasyon kaynağı olan gastronomi ve mutfak kültürü bölgelerin turizm faaliyetine yön veren etken bir dinamiktir. Bu durum gastronomiyi ve yöresel mutfakları bu bölgelerde önemli bir pazar haline

getirerek rekabeti oluşturmakta ve hem ekonomik hem de sosyal kazanımlar sağlamaktadır (Çolakoğlu, 2023). Porter (1980), bir bölgenin mutfağına özgü yöresel ürünlerin ve yemeklerin destinasyonları birbirinden farklılaştıran en dikkat çekici etkenlerden biri olduğunu savunmaktadır. Yöresel yemekler seyahat eden gastro turistler için bölgeyi tanımada ve seyahat planlarını belirlemede önemli bir unsurdur. Ekonomik katkıların yanı sıra turizmde yerel kültürel mirası korumak adına yöresel yemekler önem arz etmektedir ve bu mirası evrensel hale getirmektedir (Esen, 2022).

Bir bölgenin soyut mirasını somut bir şekilde ortaya koyan özgün ve yöresel yemekleri gastronomi turizmi için önemli bir paya sahipken ziyaretçilerin bölgeyi ikinci kez tercih etmesine de katkı sağlamaktadır. Çünkü mutfaklar ve yöresel yemekler uluslararası pazarlamada bölgeler adına en çok kullanılan dinamiklerdendir (Erdem, Mızrak ve Kemer, 2018). Yerele dair her şeyin eşsiz ve sürdürülebilir olması yöresel ürünler ve yemekleri gastronomi turizmde önemli bir etken haline getirmektedir. Bu fırsatların etkin kullanılması da turizmde edinilecek tüm deneyimleri zenginleştirmektedir. Yöresel yemekler destinasyonu turizm kapsamında farklılaştırmakta ve güçlendirmektedir (Nebioğlu, 2021).

1.2.3.1. Yöresel Yemeklerin Trabzon Gastronomi Turizmindeki Yeri

Her bölge gibi Trabzon'un da kendi yerel mutfağı ve bu mutfağın farklı ve özgün yemekleri vardır. Mutfağı şekillendiren ve çeşitlendiren iklim ve coğrafya gibi dinamikler Trabzon yöresinde de özgün bir flora ve ürün çeşitliliği sağlamaktadır. Tüm bu etkenler Trabzon gastronomisini ve yöresel mutfak kültürünü oluşturmaktadır (Yılmaz, 2020).

Trabzon yöresi, mutfağı ve yöresel yemeklerinin özgünlüğü ile turistlerin ilgisini çekmektedir. Karadeniz mutfağının özelliklerini taşıyan Trabzon, turistlere sunabilecek zengin yerel lezzetlere sahiptir (Akbulut ve Yardım, 2023).

Trabzon gastronomi ve gastronomi turizmi konusunda umut vadetmektedir. Olcay ve Kasap (2018)'ın araştırmasında, Trabzon'u ziyarete gelen yerli ve yabancı turistler için yiyecek-içecek hizmetlerinin en memnun kaldıkları hizmetler arasında olduğu belirtilmiştir. şengül (2017)'ün araştırmasında ise, Trabzon'un Türkiye'de Gaziantep'ten sonra gastronomik açıdan ziyaret edilmek istenen ikinci il olduğu saptanmıştır. Trabzon'un

ürün çeşitliliği ve ülke genelinde ünlü yöresel yemeklerinin olması bu sonucun alınmasında etkili olmuştur.

Trabzon her ne kadar doğal güzellikleri ile ön plana çıkan bir şehir olsa da alternatif turizm olarak gastronomi turizmi potansiyeli taşımaktadır. Coğrafya sebebiyle ekonomik ve kültürel anlamda başı çeken çay ve hamsi gibi bazı ürünler turistik anlamda da bölgeye gelen ziyaretçiler için tüketilen ürünlerin başında gelmektedir. Akçaabat köftesi, Vakfıkebir ekmeği ve Hamsiköy sütlacı turistik merkezlerde hizmet veren yerel restoranlarda servis edilen yöresel yemeklerden ve tatlılardan bazılarıdır. İl genelindeki restoranların çoğu ciddi sayıda yerli ve yabancı turist ağırlamaktadır ve yöresel lezzetlerin sunumu turistler için önemli bir unsurdur. Özellikle ün kazanmış bazı yöreseller Trabzon gastronomisi için sembolik hale gelmiştir ve şehre gelen turistler için bu lezzetleri tatmak Trabzon adına turizmde çekici bir etkidir. Trabzon gastronomisinde bugün kendine yer bulan pekçok ürün mevcuttur. Ancak bu lezzetlerin yanısıra medya ve tanıtımın da etkisiyle bilinir hale gelmiş ürünlere de sahiptir. Şehri ziyaret eden turistler için bu ürünler önemli paya sahiptir. Gelenekselleşmiş bir kuymak şöleni ve sütlac yemek için yapılan Hamsiköy gezisi ziyaretçiler için doğal güzelliklerin gastronomi turizmiyle birleştiği noktada Trabzon'u daha da farklı bir destinasyon haline getirmektedir. Trabzon yöresinin diğer kültür bileşenleri de yöre mutfağının tanıtımında önemli bir katkı sağlamaktadır. Müziği, dansı, doğası ve mutfağı yerel kültürü tanımak için önemli fırsatlar sunmaktadır. Yerel mutfak ve turizm desteklendiği ve doğru adımlar atıldığı takdirde Trabzon için gastronomi turizminde gelişmeler sağlanacaktır.

1.3. Trabzon İli Hakkında Genel Bilgiler

Trabzon kendine özgü kültürü ile Türkiye'de bilinen bir şehirdir. Farklı coğrafyası, iklimi ve florası sayesinde doğal güzellikleri ile ön plana çıkan Trabzon; farklı medeniyetleri barındıran tarihi ve kültürel zenginlikleri, dansı, müziği ve yemekleriyle de tanınan bir bölgedir. Bu çeşitlilik şehrin turizmde de öne çıkmasını sağlamıştır.

1.3.1. Coğrafya

Denize kıyısı olan Trabzon, ticaret ve kervan yollarını denizle buluşturan stratejik bir konuma sahiptir ve Doğu Karadeniz Bölgesinin en eski şehridir (Alaçam, 2019).

Trabzon şehrinin coğrafi yapısına bakıldığında denize paralel uzanan dağlık ve engebeli alanlar vardır. Şehir dağların kuzey yamacında kurulmuştur. Bölgenin şekillenmesinde rol oynayan ve dağlardan kıyıya doğru uzanan Yomra, Değirmendere, Kalenima, Solaklı ve Sera akarsularının oluşturmuş olduğu birçok vadi ve delta bulunmaktadır (Trabzon İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024).

Doğu Karadeniz dağları kıyı boyunca iki sıra halinde uzanır. Dağların birbirine paralel derin vadilerle yarılmış kuzey yamaçları diktir. Bu dağların ilkinde ait olan yükseltilerin bir kısmı Trabzon il sınırlarına dahildir. Değirmendere'nin doğusundakiler Trabzon Dağları, batısındakiler de Zigana Dağları olarak adlandırılır. Trabzon'un en yüksek noktası Çakırköy Dağı'dır. Bu dağ Çaykara'nın güneyinde 3320 m, batıda 3063 m yüksekliğe erişmektedir (Pural, 1995).



Şekil 19. Trabzon İlçeleri ve Komşu İller Haritası

(www.trabzon.tarimorman.gov.tr, 2024)

Doğu Karadeniz Bölgesi'nde yer alan Trabzon; Rize, Giresun, Gümüşhane ve Bayburt illerine sınırı bulunmaktadır. Karadeniz kıyısı boyunca uzanan şehrin 18 ilçesi bulunmaktadır ve ilçelerin çoğu Karadeniz sahili kesimindedir.

1.3.2. Tarih

Köklü bir tarihi geçmişe sahip olan Trabzon'da birçok önemli ismin izleri görülmektedir. Osmanlı döneminde Fatih Sultan Mehmet tarafından fethedilmiş ve ülke topraklarına katılmıştır. Sonrasında Yavuz Sultan Selim'in valilik yaptığı bu merkezde, Osmanlı'nın en büyük padişahlarından biri olan Kanuni Sultan Süleyman dünyaya gelmiştir. Cumhuriyet döneminde ise Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk, Trabzon'u üç kez ziyaret ederek bu şehre verdiği önemi göstermiştir.

M.Ö 2000'e kadar uzanan tarihi ile Trabzon, inanç ve kültür turizmi bakımından potansiyeli yüksek bir bölgedir. İpek yolu üzerinde bulunması sebebiyle tarihte Bizans, Roma, Pers, Milet ve Kemnenos gibi birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır (Palavar, 2020).

Şehrin adının nereden geldiğine dair kaynaklarda farklı görüşler mevcuttur. Tespit edilen şehrin ilk ve en eski yerleşim yerleşim kalıntıları Tabakhane ve Zağnos dereleri arasındaki düz olmayan bölgedir. Şehrin kurulduğu arazi bir masa formundadır. Bu nedenle şehrin adının eski Yunanca'da Trapez (masa) anlamına gelen Trapezus kelimesinden türediği düşünülmektedir. Trabzon'a ait bulunan tarihi paralarda masa formuna benzer gösterimler bu düşünceyi desteklemektedir. Trabzon, Yunan komutan Ksenophon'un M.Ö. 4. y.y.'da kaleme aldığı Anabis adlı eserde ilk kez bu isimle karşımıza çıkmaktadır (Trabzon Valiliği, 2024).

Merkezi Sinop olan İyon kökenli Miletoslular, Karadeniz kıyılarında M.Ö. 7. Yüzyılda koloniler kurmuşlardır. Trabzon isminin kökeni hakkında başka bir görüş ise, şehre gelen Miletlerin Trabzon'un yapı işleri ile ilgilenirken karşılaştıkları sofra şeklindeki devasa taşlar nedeniyle şehre Sofra anlamına gelen Trapeza adını verdikleri yönündedir (Sağlam, 2019).

Milattan önce 6.Yüzyıldan sonra Trabzon Perslerin egemenliğine girmiştir ve Karadeniz'de Trabzon'un da sınırları içerisinde yer aldığı Pontus Devleti kurulmuştur. M.Ö. 66 yılında Romalıların Anadolu'yu işgalinden sonra Trabzon Roma yönetimine girmiştir. M.Ö. 54-68 yılları arasında İmparator Nero döneminde serbest kent olma ayrıcalığı tanınan Trabzon tarih kitaplarında o dönem ünlü ve zengin bir kent olarak anılır. Roma döneminde Trabzon şehri parlak bir dönem yaşamış ve gelişmiştir. Ancak basılan

sikkelerde Pontus Krallığından gelen kendi mitolojik figürlerini ve Grekçe yazıyı kullanmışlardır. Bizans İmparatorluğu bölündükten sonra Bizans sınırları içerisinde kalmıştır (Trabzon Valiliği, 2024).

8. Yüzyılın başından itibaren Trabzon'a Müslüman Arap akınları başlamıştır. Haçlı seferlerinden sonra Trabzon'da bağımsız bir Komnenos Krallığı kurulmuştur. I. Bayezid'in 1398'de Samsun yöresini almasıyla bu Krallık Osmanlı Devleti'ne yıllık vergi ödemeye başlamış ve daha sonrasında Fatih Sultan Mehmet 1461 yılında Trabzon'u fethetmiştir. Birinci Dünya savaşı esnasında Trabzon, Rusya tarafından işgal edilmiş, 24 Şubat 1918 yılında ise Rusya işgalinden kurtulmuştur (Trabzon Valiliği, 2024). Şehirde her yıl 24 Şubat Trabzon'un kurtuluşu olarak halen kutlanmaktadır.

1.3.3. Nüfus

Trabzon nüfusu 2023 verilerine göre 824.352'dir. Nüfusun (%49,62) 409.040'ını erkek ve (%50,38) 415.312'sini kadın oluşturmaktadır. İl genelinde km²'ye 177 kişi düşmektedir. (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2024). Doğu Karadeniz'in Samsun'dan sonra en kalabalık 2. şehridir. Nüfusun en fazla olduğu ilçe 335.628 güncel nüfus ile Merkez İlçesi Ortahisar'dır. Şehir merkezine yakın olmasının yanında hem yerli hem de yabancı turistler için en fazla olanak sunan ilçe olan Akçaabat, Ortahisar İlçesinden sonra en kalabalık 2. İlçedir (Trabzon Valiliği, 2024).

1.3.4. İklim ve Bitki Örtüsü

Trabzon, tropikal hava kütleleri ile Sibiryaya kökenli hava kütlelerinin üzerinde yer alan bir bölgedir. Kıyı bölgelerde yağmur yağışları hakimken yüksek ve orta kesimlerde kar yağışı görülür. Yaz aylarında kıyılarda orografik yağışlar görülmektedir. Bazı durumlarda bu yağışlar soğuk cephe yağışı olarak gerçekleşmekte ve önceden kestirelemeyen bol yağışlara neden olmaktadır (Trabzon İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024).

Kış ve yaz ayları arasındaki yumuşak sıcaklık geçişi nedeniyle bahar aylarında bol yağmur görülmektedir. Bahar mevsiminde kıyı bölgesi yoğun olarak ekim ve dikim için kullanılmaktadır. Ortalama sıcaklıklar ilkbahar aylarında ortalama olarak 15°C'dir. Sonbahar mevsiminin ilk ayı olan Eylül sıcaklıklar nedeniyle yaz esintileri gösterirken,

mevsimin son ayı Kasım ise kısmi olarak kış mevsimini yansıtmaktadır. Yaz mevsiminde küçük mesafelerde farklılaşan bölgesel yağışlara sıklıkla rastlanmaktadır. Bölgede nispi nem oranları yüksektir ve iç kesimlerde daha da yoğunlaşmaktadır. Bu faktörler göz önüne alındığında kıyı ve iç bölümler arasında iklim şartlarında farklılıklar bulunmaktadır (Trabzon İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024).

Bölgedeki iklim şartlarının yeryüzü şekilleri sonucunda farklılaşması, bitki örtüsünde de farklılaşma yaratmış ve bitki örtüsü kuşakları meydana getirmiştir. Bu kuşaklara bakıldığında, 0 – 300 metre arasında Akdeniz bitki türleri görülebilmektedir. Akdeniz bitki türlerinin bulunduğu yerlerde karayemiş, şimşir, Trabzon hurması, defne ve muşmula gibi ürünler görülmektedir. Kıyıya yakın olan bölümlerde ise geniş yapraklı bitkiler görülmektedir. Geniş yapraklı bitkiler arasında ise kestane, dişbudak, kızılbaş, ıhlamur ve kavak gibi bitkiler yer almaktadır. Bu ormanlardan sonra geniş iğne yapraklı karışık ormanlar (adi gürgen, meşe, kayın, ladin vb.) görülürken daha yukarıda ise iğne yapraklı ormanlar yer almaktadır (Trabzon İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024).

1.3.5. Turizm

Türker ve Köksal (2018), turizmi yöre halkı ile ziyaretçi turistleri bir araya getiren kültürlerarası bir durum olarak görür. Bu sebeple turizm herkes için kültür çeşitliliğini deneyimlemede önemli imkanlar sunmaktadır. Aynı zamanda bu farklı kültürleri tanıma isteği turizm için en önemli motivasyondur. Çapar ve Yenipınar (2017)'a göre toplumların kültürel mirası turizmde kullanılabilir ve böylelikle gelecek nesillere aktarılabilir. Bir toplumun mutfak kültürü, yöresel yemekleri ve geleneksel ürünleri de kültürel çeşitliliğin en önemli bileşenlerindedir.

Turizmin temel kaynaklarını oluşturan dinamikler doğal güzellikler, eğlence etkinlikleri ve zengin kültürel varlıklardır. Flora, deniz, yaylalar ve dağlar turizme kaynak oluşturan doğal güzelliklere örnek iken animasyon, sinema ve tiyatro ise eğlence etkinlikleri içerisinde. Turizmin diğer bir temel kaynağı olan zengin kültürel varlıklar ise tarihi ve arkeolojik eserler, müzeler, öğren yerleridir (Palavar, 2020).

Trabzon; 4000 yıllık tarihi, coğrafi yapısı ve konumu ile tarihte birçok medeniyetin ilgisini üzerine çekmiştir. Eğitim, kültür ve ticaret merkezleri kentin kültürel birikimini ve turizme katkı sağlayan kültür valiklerini zenginleştirmiştir. (Trabzon Valiliği, 2024).

Trabzon kenti tüm kültürel ve doğal zenginlikleri ile alternatif turizm için potansiyel taşımaktadır. Çeşitlendirilebilir turizm olanaklarını da içinde barındıran, kentin kültür ve turizm merkezleri, kent merkezi, özel doğal koruma alanı, sanatsal etkinlikler ve doğal güzellikleri, kent turizminde gelişime olanak sağlamaktadır. İlde; kültür turizmi, iş turizmi, sağlık turizmi, spor turizmi, karavan turizmi, kongre turizmi, gençlik turizmi, deniz turizmi, doğa yürüyüşü turizmi, kruvaziyer turizm, eko-turizm gibi alternatif turizm olanakları mevcuttur (Trabzon İl Planı, 2015-2023).

Son yıllarda gelişen yayla turizmi (doğa turizmi) Trabzon turizmine yeni bir boyut kazandırmıştır. İl'e özgü turizm çeşidi olan 7 yayla Bakanlar Kurulu kararı ile "Turizm Merkezi" ilan edilmiştir. Bu yaylalar Araklı-Yeşilyurt-Yılantaş, Akçaabat-Karadağ, Maçka-Şolma, Araklı-Pazarcık, Tonya-Armutlu-Erikbeli, Sisdağı Turizm Merkezi ve Araklı Turizm Merkezidir. Çaykara-Uzungöl ise "Özel Çevre Koruma Alanı" olarak ilan edilmiştir. Yayla turizmini geliştirmek ve yaylaları turizme kazandırmak için Hıdırnebi Yaylası ve Kayabaşı Yaylası'ndayayla kent inşa edilmiştir. Kentte turizme açılan pekçok yayla tesisi yer almaktadır (Trabzon İl Planı, 2015-2023).

Kongre turizmi kapsamında Karadeniz Teknik Üniversitesi (KTÜ); panel, kongre ve sempozyumlara ev sahipliği yaparak ilde ve bölgede hareketlilik yaratmaktadır. İlde faaliyet gösteren çok yıldızlı oteller Kongre turizmi için gerekli olan her türlü tesis ve donanım ve alt yapıya sahiptir. En popüler spor branşı olan futbol, spor turizmi kapsamında en etkin role sahiptir. Ayrıca mevcut spor tesisleri spor etkinlikleri ve organizasyonları için alan yaratmaktadır. Kıyı şeridinde yapılan dolgular, güneşli günlerin azlığı ve bol yağışlı iklim nedeniyle Trabzon deniz turizminden umulan gelişmeyi sağlayamamıştır. İl merkezinin yaklaşık 6 km doğusunda Deniz turizmini canlandırmak adına yüksek kapasitede yat barındıracak büyüklükte bir yat limanı yapılmıştır ((Trabzon İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024).

Trabzon önemli bir tarih kenti olup çok sayıda kültür varlığını bünyesinde barındırmaktadır. Kentte 25 adet sit alanı bulunmaktadır. Bu sit alanlarını kentsel, doğal ve

arkeolojik sit alanları oluşturmaktadır. 983 adet tescilli taşınmaz kültür varlıkları arasında Sümela Manastırı başta yer almaktadır. Diğer tescilli taşınmaz kültür varlıkları ise Bizans Dönemi yapıları olan Ayasofya Müzesi, Kuşul Manastırı, Kızlar Manastırı ve Vazeleon Manastırı yer almaktadır. Osmanlı Dönemi eserleri arasında ise Atatürk Köşkü, İskenderpaşa Camii ve Trabzon Müzesi gibi eserler yer almaktadır. (Trabzon İl Planı, 2015-2023).

Sera Gölü, Uzun Göl, Hamsiköy, Boztepe, Ayasofya Müzesi, Çal Mağarası, Sümela Manastırı, Bedesten, Ganita, Atatürk Köşkü Müzesi turistik merkezler arasındadır.

Trabzon şehri gastronomik anlamda da turistlere alternatif sunmakta ve yörenin gastronomi turizmi için umut vadettiği görülmektedir. Olcay ve Kasap (2018)'in araştırmasında Trabzon'a gelen yerli ve yabancı ziyaretçilerin şehrin en çok geleneksel ürünleri ve mutfak lezzetlerinden ve yiyecek içecek hizmetlerinden memnun kaldıkları belirtilmiştir.

Şengül (2017)'ün 3539 yerli turist ile çalıştığı araştırmasında ise Trabzon'un Türkiye'de Gaziantep'ten sonra gastronomik açıdan ziyaret edilmek istenen ikinci il olduğu saptanmıştır. Ayrıca, Trabzon'un geleneksel ve coğrafi işaret almış ürünlerinin, mutfak kültürünün, bölgenin kendine özgü tanınan ve markalaşmış farklı yöresel yemeklerinin de bu sonuca etki ettiği belirtilmiştir. Hem yerli hem de yabancı pek çok turist ağırlayan şehrin bu potansiyeli gastronomi turizminin de gelişmesinde önemli katkı sağlamaktadır. (Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı [DOKA], 2019).

2023 yılında Trabzon'da konaklayan yerli ve yabancı turist sayısı 1.319.299'dur. İle yabancı turistler arasından en çok ziyaretçi Suudi Arabistan'dan gelmiştir. Trabzon'un en ünlü turistik merkezlerinden biri olan Sümela Manastırı ise 2023 yılında 451.453 ziyaretçi ağırlamıştır. (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı [KTB], 2024).

Tablo 2. Trabzon’da Bulunan İşletme (Bakanlık) Belgeli Konaklama Tesisleri İstatistikleri
Trabzon’da Bulunan Bakanlık Belgeli Tesislerin Oda ve Yatak Sayılarının Dağılımı
(Mart- 2024)

İşletmeler	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
İşletme Belgeli	117	5.377	11.164
Yatırım Belgeli	18	1.112	2.463
Basit Konaklama İşletme Belgeli	138	3.392	6.784
Çevreye Duyarlı Belgeli	1	157	335

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2024)

Tablo 3. Trabzon’da Bulunan İşletme (Bakanlık) Belgeli Tesis Konaklama İstatistikleri
Trabzon’da Bulunan İşletme ve Basit Belgeli Konaklama Tesislerinde Tesislere Geliş, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranlarının Dağılımı
(2024 Şubat)

	Yabancı	Yerli	Toplam
Tesise Geliş Sayısı	5642	24 296	29 938
Geceleme	12 509	41 932	54 441
Ortalama Kalış Süresi	2,22	1,73	1,82
Doluluk oranı (%)	2,89	9,69	12,58

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2024)

İKİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE BULGULARI

2.1. Araştırmanın Konusu, Amacı ve Önemi

Trabzon mutfak kültürü ve yöresel tatları şehri ziyaret eden yerli ve yabancı turistler için bölge tanıtımında önemli bir etkidir. Coğrafi işaret almış ürünlerin yanı sıra lezzet çeşitliliği ve farklı mutfak kültürü de ilgi çekmektedir. Özellikle son yıllarda yerli ve yabancı turistlerin Trabzon'un yöresel mutfağına olan ilgisi artmıştır. Bu durum da ilin yöresel yemeklerini tanınır hale getirmiştir. Trabzon'un coğrafi işaretli ürünleri ya da yerli ve yabancı turistler tarafından bilinir olan ürünleri gastronomi turizmi açısından bölgeye ciddi katkı sağlamıştır. Ancak ilde yerel halk tarafından çok tüketilmesine rağmen turizme kazandırılmamış bazı yöresel yemekler bulunmaktadır. Bu çalışmada, Trabzon ilinin az bilinen yöresel yemekleri ve turizme katkısı ele alınmıştır. Bölgenin az bilinen yöresel yemeklerinin ön plana çıkarılması ve hizmet veren yerel işletmeler tarafından menülere dahil edilmesinin Gastronomi Turizmine katkı sağlayacak olması bu çalışmanın önemini göstermektedir.

Araştırmanın temel amacı; Trabzon ilinde hizmet veren ve yöresel yemeklere menülerinde yer veren işletmelerin, Trabzon'un az bilinen yöresel yemeklerine menülerinde yer verme ve bu yemeklerin yerli ve yabancı müşteriler tarafından tercih edilme durumlarını değerlendirmektir. Araştırma kapsamında yerel işletme çalışanlarının cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve pozisyonlarına göre Trabzon'un az bilinen yöresel yemeklerini ve işletmelerde bu yemeklerin sunumunu, az bilinen yöresellerin şehrin gastronomisine katkısını ve Trabzon gastronomi turizmi potansiyelini değerlendirmeleri amaçlanmıştır. Trabzon'da hizmet veren ve yöresel yemek sunan işletmelerin çalışanlarının görüşlerine başvurulmuştur.

Çalışmanın amacı; Trabzon'un az bilinen yöresel yemeklerini ön plana çıkarmak ve bu yemeklerin şehrin Gastronomi Turizmüne olan katkısını ildeki yerel işletmeler aracılığıyla yapılacak değerlendirmeler ile ortaya koymaktır. Çalışma ile Trabzon adına gastronomi turizmi için alternatif bir destinasyon oluşturmak amaçlanmaktadır.

2.2. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları

Araştırma kapsamında görüşmelerin yapıldığı işletmeler hem yöresel yemek sunan hem de yerli ve yabancı turist ağırlayan işletmelerdir. Bu sebeple, işletmelerde Trabzon gastronomisini turizm açısından değerlendirebilecek çalışanlarla görüşme sağlanmıştır. Araştırmada seçilen örneklem grubunun evreni temsil ettiği ve yarı yapılandırılmış görüşme formunun ve verilen cevapların araştırma konusu için yeterli bir ölçek olduğu varsayılmıştır.

Evrenin tamamına ulaşmak ve her bir işletme ile mülakat yapmak zaman açısından sorun yaratabileceği için araştırma Trabzon ilinin 2 ilçesinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma alanında belirlenen yerel işletme sayısının çok olması sebebiyle bütün işletmeler ile görüşme olanağı zaman ve erişilebilirlik kısıtları göz önünde bulundurularak sınırlı kalmıştır. Araştırma için yapılan görüşmelerin hepsinde işletmelerdeki çalışanlar istekli olmasına rağmen turizmin en yoğun olduğu sezon olması ve servislerin görüşme esnasında işletmede devam etmesi ve yoğunluk sebebiyle bölünmeler yaşanmıştır. Araştırma sonuçları doygunluğa ulaştığı ve cevaplar tekrara düştüğü için araştırma örnekleme 10 çalışan ile sınırlandırılmıştır.

2.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Niteliksel araştırma yorumlayıcıdır, duygusal ve kavramsal cevaplarla ilgilenmektedir. Araştırma sürecinde tasarımı oluşturacak ve araştırmayı gerçekleştirecek yaklaşımlarda esneklik sağlamaktadır. Yeni yöntem ve yaklaşımlara, katılımcılardan alınan görüşlerin derinlemesine anlaşılmasına olanak sağlamaktadır (Karataş, 2015). Nitel araştırma, işletmelerde çalışan katılımcıların kendi deneyim ve görüşlerine dayalı daha detaylı bir değerlendirme sağlamaktadır. Bu çalışmada, görüşme formunda hazırlanan sorulara yönelik kendi yorumunu sınırlandırmadan yapabileceği, değişikliğe açık, katılımcının kendi görüşlerini ve

deneyimlerini detaylandırabileceği bir yöntem olması sebebiyle nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Trabzon'un az bilinen yöresel yemeklerini sunan işletmelerde çalışan 10 katılımcı ile önceden hazırlanmış sorularla nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır.

2.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, Trabzon'da menülerinde yöresel yemeklere yer veren yerel işletmeler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise; Trabzon ilinde yöresel yemekleri sunan yerel işletmelerde çalışan 10 kişi oluşturmaktadır.

Yöresel yemek sunan işletmeler arasında coğrafi işaretli ürünlere ya da yemeklere öncelik veren işletmelerin sayısının fazla olduğu bilinmektedir. Bu çalışmada, yerli ve yabancı turistlerin Trabzon'da turizm merkezleri alanı içerisinde yöresel yemek deneyimlemek için tercih edebilecekleri işletmelerdir. Trabzon yöresine ait coğrafi işaretli ya da tercih edilebilirliği yüksek olan yöresel yemeklere menülerinde yer veren ve bu yemekleri sunan işletmeler tercih edilmiştir. Bu bağlamda, örneklem grubundaki yiyecek içecek işletmelerini belirlemek ve araştırmaya katılacak çalışanlara ulaşabilmek için amaçlı örnekleme modelinden yararlanılmıştır. Evrenin özellikleri dikkate alınarak örneklem seçilmiştir. Araştırma sonuçları doygunluğa ulaştığı ve cevaplar tekrara düştüğü için araştırma örneklemini 10 katılımcı ile sınırlandırılmıştır.

Araştırma Trabzon ilinin merkez Ortahisar ilçesi ve Akçaabat ilçesinde gerçekleştirilmiş ve örneklem grubu bu iki ilçeden belirlenmiştir. Yerli ve yabancı turistlerin şehir merkezi olması sebebiyle en çok konakladığı ve vakit geçirdiği merkez Ortahisar ilçesi yerel işletmelerin en yoğun olduğu ilçedir. Şehir merkezi ile iç içe geçmiş ve Trabzon'un en büyük ilçesi olan Akçaabat, yöresel yemek sunan ve özellikle deniz manzaralı yerel işletmelerin yerli ve yabancı turistler tarafından tercih edildiği bir ilçedir. Bu sebeple araştırmaya konu olan az bilinen yöresel yemeklere menülerinde yer veren ya da sunan yerel işletmeler çoğunlukla bu iki ilçede hizmet vermektedirler. 22.07.2024 tarihi itibarıyla, Akçaabat Esnaf ve Sanatkarlar Odası'ndan alınan verilere göre; Akçaabat ilçesinde 261 adet lokanta (balık lokantası, kahvaltılı salonu, kafe, dürümcü, çiğ köfteci, kafe&restoran, kebabçı ve restoran), 41 adet Tatlıcı ve Pastane, 71 adet Ekmek Fırını ve

Pide salonu olmak üzere toplamda 373 adet işletme olduğu belirlenmiştir. Ortahisar Lokantacılar Odası'ndan alınan verilere göre; toplam 579 adet lokanta (lokanta, kafe, pide salonu, restoran, kahvaltı salonu, dürümcü, kebabçı, pide salonu) olduğu belirlenmiştir. Ortahisar Fırıncılar Odası'ndan alınan verilere göre; toplamda 189 adet işletme (yufkacı, fırıncı, pide salonu) belirlenmiştir. Ortahisar Tatlıcı, Pastacı ve Şekerciler Odası'ndan alınan verilere göre, 155 adet işletme olduğu belirlenmiştir. Her iki ilçeden hizmet veren büyük çaplı işletmeler Trabzon Ticaret ve Sanayi Odası'na kayıtlı oldukları için bu işletmeler için ayrıca bilgi talep edilmiştir. 18.03.2024 tarihi itibarıyla, Trabzon Ticaret ve Sanayi Odası'ndan alınan verilere göre; Trabzon ili genelinden 437 adet yiyecek içecek işletmesi, Merkez Ortahisar ilçesinde 234 adet işletme, Akçaabat ilçesinde 56 adet işletme olduğu belirlenmiştir.

2.5. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi

Nitel araştırma tekniklerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği araştırmanın ana veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Görüşme soruları formu ilgili literatür taranarak ve uzman görüşü alınarak araştırmanın amacına ve konusuna uygun olarak hazırlanmıştır. Yöresel yemek servisi yapan işletmelerde çalışan 10 katılımcı ile randevu istenerek görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme formu 10 açık uçlu sorudan oluşmaktadır ve Ek-1'de paylaşılmıştır. Görüşmelerin tamamı 01.07.2024-10.07.2024 tarihleri arasında yapılmıştır. Görüşmeler katılımcıların izniyle ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmış ve bilgisayar ortamında yazılı hale getirilmiştir. Yapılan görüşmeler 10-35 dakika arasında sürmüştür ve toplamda 168 dakikalık görüşme yapılmıştır. Transkripsiyon sonucunda 116 sayfalık veri elde edilmiştir. Görüşmelerde araştırmacı tarafından kayda ek olarak yazılı notlar alınmıştır. Her katılımcı araştırmanın konusu ve amacı hakkında bilgilendirilmiş ve bilgilendirme formunu doldurmaları istenmiştir. Katılımcıların yaş, cinsiyet ve eğitim durumuna ilişkin veriler ile işletmelere ilişkin genel bilgiler görüşme formunda yer almamış ancak ses kayıtlarında görüşme esnasında katılımcıya sorulmuştur. Araştırmacı tarafından yazılı notlar alınarak ve gizlilik ilkesine bağlı kalınarak isim vermeden kayıt altına alınmıştır. Görüşme formunda yöneltile sorularda katılımcıların kendi değerlendirmeleri alınmış ve zaman kısıtlaması olmadan görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar her soru için kendi yorum ve görüşlerini bildirmişlerdir. Görüşme sırasında

katılımcılardan işletmelerle ilgili genel bilgiler istenmiştir. Araştırmada katılımcılarla yüz yüze çalıştıkları işletmelerde görüşülmüş ve tüm katılımcılar ses kaydına izin vermişlerdir. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinde önceden hazırlanan görüşme protokolü ile katılımcıya yöneltilen sorular, araştırmacının soracağı alt sorularla fikir ve düşüncelerini detaylandırmasına ve yorumlamasına olanak sağlayabilmektedir. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği bu özelliğiyle standartlık ve esneklik sağladığı için araştırmalarda tercih edilen ve uygun bir tekniktir (Türnüklü, 2000). Katılımcıların görüşme soruları üzerinden araştırmanın konusuna yönelik kendi fikir görüşlerini, yorumlarını detaylandırmasına olanak sağlamış olması sebebiyle bu teknik kullanılmıştır. Araştırma kapsamında ayrıca restoranların yiyecek ve içecek menüleri üzerinde döküman analizi yapılmıştır. Dökümanlara web ortamında ulaşılmış, işletmelerde yapılan görüşmelerden önce menünün güncelliği ve ilgili restorana ait olup olmadığı işletmeler tarafından teyit edilmiştir. Sesli ve yazılı dökümanlar üzerinden analizler yapılmış ve bulgulara ulaşılmıştır. Çalışmada geçerlilik ve güvenilirliğin sağlanması adına tüm görüşmeler yüz yüze gerçekleştirilmiş, elde edilen sesli dökümanlar yazılı hale getirilmiş ve yedeklenmiş, görüşmede yöneltilen sorular uzman akademisyenlerin görüşü alınarak hazırlanmıştır. Aynı zamanda görüşmeler katılımcıların tümünün tercih ettiği gibi çalıştıkları işletmelerde gerçekleştirilmiş, görüşmelerin yapıldığı zaman dilimi hiç bir kısıtlama olmadan katılımcıların tercihinine göre seçilmiştir. Son olarak araştırmanın amacı ile ilgili gerekli bilgilendirmeler yapılmıştır.

2.6. Araştırma Verilerinin Analizi

Tüm katılımcıların izni ile kaydedilen görüşmeler sonucunda alınan cevaplar bilgisayar ortamında yazılı metin haline dönüştürülmüştür. Katılımcıların cevaplarından elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi ile analiz edilmiştir. Betimsel analiz yöntemi nitel bir veri analiz yöntemidir ve görüşme yöntemiyle elde edilen verilerin analizinde kullanılmaktadır. Alınan cevaplar neticesinde temalar oluşturulmuştur. Temalar ışığında oluşturulan çerçeveye göre veriler yorumlanmıştır. Veriler tanımlanırken katılımcılar “K1, K2...” olarak kodlanmıştır.

2.7. Araştırmanın Bulguları

Araştırma kapsamında görüşme formunda uzman görüşü alınarak hazırlanan 10 adet açık soru katılımcılara yöneltilmiş ve alınan cevaplar ile bulgular elde edilmiştir. Katılımcıların demografik özellikleri belirli bir ölçüt olmadan “K1, K2...” şeklinde kodlanmıştır ve kimlik bilgileri verilmemiştir. Katılımcıların sorulara verdiği cevaplar temalar oluşturularak analiz edilmiş ve yorumlanmıştır. Katılımcılar soruları hem yerli hem de yabancı turistler açısından değerlendirerek cevaplamışlardır.

Tablo 4. Katılımcılar Hakkındaki Demografik Bilgiler

	Yaş	Cinsiyet	Eğitim Durumu	Çalıştığı Pozisyon	Çalışma Yılı
K1	36	Kadın	Önlisans	Garson	1 yıl
K2	39	Erkek	İlkokul	Aşçı	1 yıl
K3	60	Erkek	Lise	İşletme Müdürü	12 yıl
K4	39	Kadın	Lise	İşletme Müdürü	3 ay
K5	38	Erkek	Lisans	İşletme Sahibi	5 yıl
K6	41	Erkek	Lisans	İşletme Sahibi	5 yıl
K7	43	Erkek	Lise	İşletme Sahibi	15 yıl
K8	38	Kadın	Önlisans	Garson	7 yıl
K9	44	Erkek	Lisans	İşletme Sahibi	25 yıl
K10	33	Erkek	Lise	Salon Şefi	11 yıl

Çalışma kapsamında yöresel yemek hizmeti sunan yerel işletmelerde çalışan 10 katılımcı ile görüşme yapılmıştır. Tablo 4’te katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim durumu, işletmedeki pozisyonu ve çalışma yılı hakkında bilgiler yer almaktadır. Katılımcılar 3 kadın ve 7 erkek çalışandan oluşmaktadır. Katılımcılar 33-60 yaş aralığındadır. Eğitim durumları incelendiğinde, 5 katılımcının lisans ve ön lisans mezunu, 4 katılımcının lise mezunu, 1 katılımcının ise ilkokul mezunu olduğu bilinmektedir. Katılımcıların işletmelerdeki çalışma süreleri ise 3 ay ile 25 yıl arasında değişkenlik göstermektedir. Görüşme yapılan katılımcıların işletmelerdeki pozisyonlarının işletme sahibi, aşçı, işletme müdürü, garson, salon şefi ve kasa görevlisi olduğu görülmektedir. K8 ve K10 adlı katılımcıların aynı

işletmelerde daha önce farklı pozisyonlarda çalıştıkları araştırmacı tarafından yazılı not olarak kaydedilmiştir.

Tablo 5. Katılımcıların Çalıştıkları İşletmeler Hakkındaki Demografik Bilgiler

Sıra No	İşletme Türü	Faaliyet Süresi	Personel Sayısı	Müşteri Kapasitesi
K1	Cafe & Restoran	1 yıl	20	400
K2	Restoran	1 yıl	20-10	800
K3	Cafe & Restoran	15 yıl	50-10	350
K4	Cafe & Restoran	23 yıl	12	400
K5	Restoran	5 yıl	4	80
K6	Lokanta	34 yıl	25	200
K7	Lokanta	15 yıl	7	500
K8	Restoran	7 yıl	40-22	750
K9	Restoran	64 yıl	14	500
K10	Restoran	14 yıl	42-35	250

Tablo 5'te katılımcıların çalıştıkları işletmeler hakkında demografik bilgilere yer verilmektedir. Merkez ilçede 4 işletme ve Akçaabat ilçesinde 6 işletme olmak üzere toplamda 10 işletmenin bilgileri yer almaktadır. İşletme türleri lokanta, restoran ve cafe&restoran olmak üzere 3 farklı türde hizmet vermektedir. İşletmelerin faaliyet süresi 1-64 yıl arasında değişkenlik göstermektedir. Müşteri kapasiteleri ise 80-800 arasında değişmektedir. İşletmelerin personel sayısı sezona göre değişkenlik gösterdiği için bazı işletmeler yaz sezonu ve kış sezonu için personel sayısında görülen değişikliği belirtmiştir. Kış sezonunda personel sayısında azalma görülürken yaz sezonunda bu sayının arttığı görülmektedir.

Çalışmada yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen bulgular başlıklara ayrılarak değerlendirilmiştir. Bu başlıklar; 'işletmelerde servis edilen yöresel yemekler, işletmelerde talep gören yöresel yemekler, işletmelerde sunulan yöresel yemeklerin bilinirliği, yöresel yemeklerin dahil edildiği öğünler, müşterilerin yöresel yemeklerin içeriklerine olan ilgisi, yöresel yemeklerin işletmelerin müşteri potansiyeline katkısı, işletmelerde diğer yöresel

yemeklere yer verilmeme nedenleri, yöresel yemekleri deneyimleyen turistlerin ürünleri şehir dışına götürme talebi, Trabzon tanıtımında yöresel mutfağın etkili kullanımı, Trabzon’da gastronomi turizmini canlandırma’ şeklinde gruplandırılmıştır.

Araştırma sorularından işletmelerde servis edilen yöresel yemekler aşağıda tablolar halinde verilmiştir. Araştırmada “İşletmenizde Trabzon’a ait hangi yöresel yemeklere menülerinizde yer veriyorsunuz?” sorusuna dair görüşler şu şekilde ifade edilmiştir.

Tablo 6. “İşletmelerde Servis Edilen Yöresel Yemekler” Kategorisine İlişkin Bulgular

İşletme	Servis Edilen Yöresel Yemekler
İşletme 1	Hamsili Pilav, Hamsi Kuşu, Kaygana, Kuymak, Pazı Tava, Pazı Mıhlama, Tomara Tavası, Fasulye Tavası, Turşu Kavurması, Karalahana Çorbası, Külür Tava, Trabzon Hurması Reçeli, Mısır Çorbası, Isırgan Otu Çorbası, Mısır Yarmalı Karalahana Sarması, Akçaabat Köftesi, Mısır Çorbası
İşletme 2	Kuymak, Kaygana, Turşu Kavurması, Pazı Kavurması, Hamsi Kuşu, Tomara Tavası, Pazı Tava, Akçaabat Köftesi, Mısır Ekmeği, Vakfikebir Ekmeği
İşletme 3	Kuymak, Mısır Yarmalı Karalahana Sarması, Turşu Kavurması, Fasulye Kavurması, Pazı Kavurması, Hamsiköy Sütlacı, Hamsi Kuşu, Akçaabat Köftesi, Karalahana Çorbası, Kaygana, Vakfikebir Ekmeği
İşletme 4	Kuymak, Kaygana, Karalahana Çorbası, Karalahana Sarması, Isırgan Çorbası, Simira, Hamsi Kuşu, Akçaabat Köftesi
İşletme 5	Kuymak, Turşu Kavurması, Tomara Tavası, Isırgan Otu Çorbası, Kaygana, Akçaabat Köftesi, Mısır Ekmeği, Vakfikebir Ekmeği
İşletme 6	Karalahana Çorbası, Akçaabat Köftesi, Etli Karalahana Sarması, Hamsili Pilav, Hamsiköy Sütlacı
İşletme 7	Mısır Yarmalı Karalahana Sarması, Kuymak, Hamsiköy Sütlacı, Kaygana, Akçaabat Köftesi, Mısır Ekmeği
İşletme 8	Akçaabat Köftesi, Kuymak, Kaygana, Karalahana Sarması, Turşu Kavurması, Lames İçli Pide, Hamsili Pilav, Hamsi Kuşu, Trabzon Pidesi, Lahana Kavurması, Tomara Tavası, Fasulye Kavurması
İşletme 9	Hamsiköy Sütlacı, Akçaabat Köftesi, Kaygana, Kuymak, Lahana Kavurması, Pazı Kavurması, Pazı Mıhlama, Vakfikebir Ekmeği
İşletme 10	Kuymak, Karalahana Sarması, Kaygana, Turşu Kavurması, Akçaabat Köftesi, Vakfikebir Ekmeği, Mısır Ekmeği

Tablo 6’da görüşme yapılan katılımcıların çalıştıkları yerel işletmelerde servis edilen yöresel yemeklerin genel bir listesi verilmiştir. Yöresel yemekler değerlendirildiğinde, işletmelerde en çok servis edilen ve talep gören yöresellerin Kuymak, Kaygana, Akçaabat Köftesi, Turşu kavurması ve Karalahana sarması olduğu belirlenmiştir. Yöresel yemeklerle

birlikte Trabzon'un coğrafi işaretli ürünü Vakfıkebir ekmeğinin servis edildiği ifade edilmiştir. Tatlı olarak Hamsiköy sütlacı tercih edilirken fasulye, pazı ve lahanaya ile yapılan kavurma ve tava çeşitlerinin de servis edildiği ifade edilmiştir. K4 diğer katılımcılardan farklı olarak çalıştığı işletmede yöresel olarak Simira, K1 ise Trabzon hurmalı reçelin servis edildiğini belirtmiştir.

Tablo 7. Trabzon'un Az Bilinen Yöresel Yemeklerinin Servis Edildiği İşletmeler

Az Bilinen Yöresel Yemek Adı	Servis Edilen İşletme Sayısı
Pazı Mıhlama	2
Hamsi Kuşu	5
Lames İçli Pide	2
Külür Tava	1
Tomara Tavası	4
Isırgan Çorbası	3
Gongoş Sarması	0
Simira	1

Tablo 7'de Trabzon'daki yerel işletmelerde servis edilen az bilinen yöresel yemeklerin listesi verilmiştir. Az bilinen yöresel yemekler arasında işletmelerde en fazla servis edilen yöresel yemeğin Hamsi Kuşu olduğu belirlenmiştir. Diğer yöresel yemekler incelendiğinde, Lames Pide ve Pazı Mıhlamanın 2 işletmede, Tomara Tavasının 4 işletmede, Külür Tavanın 1 işletmede ve Isırgan Çorbasının 3 işletmede servis edildiği belirtilmiştir. Simiranın yalnızca 1 işletmede mevsiminde servis edildiği belirtilmiştir. Gongoş Sarmasının hiçbir işletmede servis edilmediği ancak 3 işletmede mevsiminde sadece mısır yarması ile yapıldığı belirtilmiştir.

İşletmelerde servis edilen yöresel yemekler başlıklı soruya verilen cevaplarda işletme menülerinde olmayan farklı yemekler de yer almaktadır. Menülerde yer almayan yöresel yemeklerin farklı zamanlarda gelen turistlerin talebine göre servis edilebildiğini ve yalnızca yöresel yemekleri deneyimlemeye gelen kapalı turist gruplarına özel yöresel yemeklerin de servisinin yapılabildiği araştırmacı tarafından not edilmiştir. Hamsi Kuşu, Tomara Tavası, Simira ve Lames Pide bu yöreseller arasındadır. Yemeklerin arasında

ikramlık verilen yöreseller haricinde özellikle kahvaltıda farklı ot tavalarının da servis edildiği not edilmiştir. Katılımcılar mevsime bağlı olarak değişiklikler yaşandığını belirtmişlerdir. Balık ürünlerinin sonbahar ve kış mevsiminde servis edildiğini ancak yaz sezonunda balık ürünleriyle yapılan yöresel yemeklerin servis edilmediğini eklemişlerdir. Ayrıca ot tavalarında da aynı durumun söz konusu olduğunu, servisi yapılan Tomara tavaşı ve Külür tavaşının yetiştiği mevsim dışında servis edilemediğini belirtmişlerdir. Katılımcılar menüler mevsime göre güncellenmese de mevsime ve talebe göre değişen bazı yöresel yemeklerin de işletmelerde servis edildiğini ifade etmişlerdir. K3 Hamsi kuşunun, K1 VE K4 Isırgan çorbasının, K8 ise Lames içli pidenin müşteri talebi olursa çalıştıkları işletmelerde servis edildiğini belirtmişlerdir.

Araştırmada “İşletmenizde yerli ya da yabancı turistler tarafından en çok talep gören yöresel yemekler neler?” sorusuna dair görüşler şu şekilde ifade edilmiştir.

Tablo 8. “İşletmelerde Talep Gören Yöresel Yemekler” Kategorisine İlişkin Bulgular

Katılımcı	Açıklama
K1	Kuymak, Tomara Tavaşı, Karalahana Sarması hem yerli hem yabancı turistler tarafından en çok talep gören yöresel yemeklerdir.
K2	Kaygana ve Kuymak hem yerli hem yabancı turistler tarafından talep görürken Akçaabat Köftesi sadece yerli turistlerden en çok talep görmektedir.
K3	Kaygana ve Karalahana Sarması hem yerli hem yabancı turistler tarafından en çok talep gören yöresel yemeklerdir.
K4	Kuymak hem yerli hem yabancı turistler tarafından en çok talep görürken Karalahana Sarması ve Çorbası yabancı turistler tarafından talep görmektedir.
K5	Kuymak ve Turşu Kavurması (fasulye) hem yerli hem yabancı turistler arasında en çok talep gören yöresel yemeklerdir.
K6	Akçaabat Köftesi hem yerli hem yabancı turistler tarafından en çok talep gören yöresel yemek iken Karalahana Sarması yabancı turistler tarafından talep görmektedir.
K7	Karalahana Sarması ve Kuymak hem yerli hem yabancı turistler tarafından en çok talep gören yöresel yemeklerdir.
K8	Kuymak ve Karalahana Sarması hem yerli hem yabancı turistler tarafından en çok talep gören yöresel yemeklerdir.
K9	Kuymak ve Kaygana hem yerli hem yabancı turistler tarafından en çok talep gören yöresel yemeklerdir.
K10	Kuymak ve Karalahana Sarması hem yerli hem yabancı turistler tarafından en çok talep gören yöresel yemeklerdir.

İşletmelerde talep gören yöresel yemekler bağlamında, katılımcıların çalıştıkları işletmelerde genel olarak hem yerli hem yabancı turistler tarafından en çok talep gören yöresel yemeklerin Kuymak, Kaygana ve Karalahana Sarması olduğu belirtilmiştir. İşletmelerde çalışan 8 katılımcı en çok talep gören yöresel yemeğin Kuymak olduğunu ifade etmiştir. Kuymak yerli ve yabancı turistler için talep gören yemeklerin başında gelirken Karalahana Sarması ve Kaygana talep gören diğer yemekler olarak ifade edilmiştir. Katılımcılardan K4 ve K6 özellikle Karalahana Sarmasının yabancı turistler tarafından en çok talep gördüğünü belirtmişlerdir. Diğer katılımcılardan farklı olarak K5 hem yerli hem yabancı turistlerden talep gören yöresel yemeklerden birinin Fasulye Turşusu olduğunu ifade etmiştir. Katılımcılar arasından yalnızca K6 Akçaabat köftesinin hem yerli hem yabancı turistler tarafından talep gördüğünü, K1 ise Tomara Tavasının talep gören yöresellerden biri olduğunu belirtmişlerdir.

Araştırmada “İşletmenizde sunduğunuz yöresel yemeklerin yerli ve yabancı müşteriler tarafından bilinirliği nedir?” sorusuna dair görüşler şu şekilde ifade edilmiştir.

Tablo 9. “İşletmelerde Sunulan Yöresel Yemeklerin Bilinirliği” Kategorisine İlişkin Bulgular

Katılımcı	Açıklama
K1	Arap turistler Trabzon’a gelmeden önce sosyal medyadan işletme menülerini ve yöresel yemekleri inceliyorlar ve özellikle Kuymak’ı bilerek geliyorlar. Ancak Arap turistler çoğunlukla et yemeği ve fast food tercih ediyorlar. Diğer yabancı turistler ise işletmeye geldiklerinde menüden bakarak ve personelin önerisiyle yöresel yemekleri deneyimliyorlar. Kuymak ve Kaygana yerli turistler tarafından bilinen yöresel yemeklerdir. Diğer yöreselleri, özellikle tava çeşitlerini, buraya gelince öğrenip deneyimliyorlar.
K2	Yabancı turistler gelmeden önce sosyal medyadan işletme isimlerini, menülerini ve yöresel yemekleri araştırıyorlar. Aşına oldukları yemekleri biliyorlar. Hem yerli hem yabancı turistler ön plana çıkmış ve coğrafi işaret almış ürünleri bilerek geliyorlar. Ancak yabancı turistler diğer yöresel yemeklerin çoğunu bilmiyorlar ve tercih etmiyorlar. Daha çok fast food tercih ediyorlar. Kuymak ise yerli turistler tarafından iyi biliniyor. Genel olarak Kuymak ve Kaygana dışındaki yöresellerin hem yerli hem yabancı turistler tarafından bilinirliği yok.
K3	Yerli turistler Lahana Sarması ve özellikle kavurma çeşitleri gibi diğer bazı yöreselleri biliyorlar. Yabancı turistlerden özellikle Arap turistler uzun zamandır Trabzon’u ziyaret ettikleri için ilk kez gelen turist henüz deneyimlemese de sütlaç ve sarma gibi daha önce gelen ziyaretçilerden duyduğu ve aşına olduğu belli başlı ürünleri bilerek geliyorlar.

K4	Daha önce işletmeye gelip yöreselleri deneyimlemiş olan müşterilerin tavsiyesi üzerine gelen ve yöresel yemekleri bilen hem yerli hem yabancı turistler var.
K5	Hem yerli hem yabancı turistler ürünlerin çoğunu bilmeden geliyorlar. Özellikle yabancı turistler içerisinde daha önce şehre gelmiş olanlar bilerek geliyor ancak ilk kez deneyimleyenler bilmeden geliyorlar.
K6	Hem yerli hem yabancı turistler ürünleri çok bilmiyorlar. Özellikle yabancı turistler daha önce bu lezzetleri tatmış insanların tavsiyesi üzerine geliyorlar ya da menüden bakarak deneyimliyorlar.
K7	Hem yerli hem yabancı turistler Kuymak ve Karalahana Sarmasını bilerek geliyorlar.
K8	Hem yerli hem yabancı turistler Kuymak, Kaygana ve Karalahana Sarması gibi ön plana çıkmış yöresel yemekleri biliyorlar.
K9	Kuymak hem yerli hem yabancı turistler tarafından en çok bilinen yöresel yemektir.
K10	Hem yerli hem yabancı turistler bilmeden geliyorlar. Menüde görüp merak edip deneyimliyorlar.

Yöresel yemeklerin bilinirliği açısından bakıldığında, katılımcıların çoğunluğu hem yerli hem yabancı turistler tarafından yöreseller arasında en çok bilinen yöresel yemeğin Kuymak olduğunu ifade etmişlerdir. Katılımcılar Kuymak haricinde Kaygana ve Karalahana Sarmasının bilinirliği olan ürünler olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca özellikle Karalahana Sarmasının yabancı turistler tarafından bilindiğini ve talep gördüğünü eklemişlerdir. K1 ve K2; başı çeken ve ön plana çıkmış belli ürünler dışında diğer yöresel yemeklerin hem yerli hem de yabancı turistler tarafından bilinirliği olmadığını, Arap turistlerin yöresellerin bir kısmını işletmede deneyimlediğini ancak et ve fast food ürünlerini daha çok tercih ettiğini ifade etmişlerdir.

Katılımcılardan K8, K3 K2 hem yerli hem yabancı turistlerin yöresel yemekler arasında ön plana çıkmış yöresellere aşina olup bilerek geldiklerini ancak diğer yöresel yemekleri işletmelerde menüden bakarak deneyimlediklerini belirtmişlerdir. K1 ve K2, özellikle yabancı turistlerin Trabzon'a gelmeden önce sosyal medyadan işletme menülerini ve yöresel yemekleri araştırıp incelediklerini ve bu sayede bazı yöresellere aşina olduklarını ifade etmişlerdir. K3, Arap turistlerin kendi çevresinde daha önce gelen ziyaretçilerden duyduğu ve aşina olduğu belli başlı ürünleri bildiklerini belirtirken, K4 daha önce işletmeye gelip yöreselleri deneyimlemiş olan müşterilerin tavsiyesi üzerine gelen ve yöresel yemekleri bilen hem yerli hem yabancı turistler olduğunu belirtmiştir. K6 ise bazı yabancı turistlerin tavsiye üzerine geldiğini bazılarının ise işletmede menüden bakarak

deneyimlediklerini ifade etmiştir. Katılımcılardan farklı olarak K5; hem yerli turistlerin hem de ilk kez gelen yabancı turistlerin ürünlerin çoğunu bilmediğini belirtmiştir.

Araştırmada “İşletmenizde menülerde hangi öğüne yöresel yemekleri dahil ediyorsunuz? Yemekler ana yemek olarak mı sunuluyor yoksa meze olarak mı?” sorusuna dair görüşler şu şekilde ifade edilmiştir.

Tablo 10. “Yöresel Yemeklerin Dahil Edildiği Öğünler” Kategorisine İlişkin Bulgular

Katılımcı	Açıklama
K1	Kahvaltı ve ara sıcakta servis ediliyor. Isırğan ve Karalahana çorbası akşam yemeğinde ana yemek öncesi çorba servisinde veriliyor. Turşu Kavurması hem kahvaltıda hem de diğer öğünlerde meze olarak veriliyor.
K2	Genelde ara sıcak olarak servis ediliyor.
K3	Kaygana kahvaltıda diğer yöreseller ana yemekten önce ara sıcak olarak servis ediliyor. Bazen tanıtım amaçlı yöreselleri kendimiz ikram ediyoruz.
K4	Yöresel yemekler tüm öğünlerde servis ediliyor. Yalnızca Karalahana sarması genelde meze olarak sofrada ikram ediliyor.
K5	Bazı ürünler kahvaltıda bazı ürünler diğer öğünlerde ikram olarak servis ediliyor. Tava çeşitleri memnuniyet için akşam yemeğinin yanında ikram edilirken fasulye turşusu ve kayganayı kahvaltıda servis ediyoruz.
K6	Öğlen yemeğinde servis ediliyor.
K7	Öğlen yemeğinde servis ediliyor. Kaygana ve Kuymak kahvaltıda tercih ediliyor.
K8	Tüm öğünlerde servis ediliyor. Ürünlerin çoğu kahvaltı menüsüne dahil ancak ana yemek olarak yemek isteyen ya da ara sıcak olarak isteyen müşterilerimiz var. Gelen müşterinin talebine göre değişebiliyor.
K9	Bazı yöreseller kahvaltıda servis ediliyor. Yöresel yemeklerden bazıları ara sıcak olarak verilirken diğer yöreselleri akşam yemeğinde de tercih eden müşterilerimiz var.
K10	Her öğünde servis ediliyor. Bazı ürünleri kahvaltıda servis ediyoruz ancak bu ürünleri başka öğünlerde de yiyen müşterilerimiz var. Yöresel yemekleri öğünlerde ara sıcak olarak servis ediyoruz.

Tablo 10’da katılımcılar çalıştıkları işletmelerde yöresel yemeklerin hangi öğünlerde servis edildiğini belirtmişlerdir. Yöresellerin dahil edildiği öğünlere bakıldığında, katılımcılar yemeklerin müşteri talebine göre her öğünde servis edildiğini ancak çoğunlukla kahvaltıda verildiğini ve ara sıcak olarak tüketildiğini ifade etmişlerdir. Bazı yöreseller kahvaltıda servis edilirken bazı yöresel yemekler öğlen ya da akşam yemeğinde servis edilmektedir.

Bazı yöresellerin ise gün içerisinde herhangi bir öğünde servis edilebildiği görülmektedir. K1, K2, K3, K8, K9 ve K10 ürünlerin öğünlerde ara sıcak olarak servis edildiğini belirtmişlerdir. Katılımcılardan K6 yöresel yemeklerin öğle yemeğinde servis edildiğini belirtirken, K7 benzer şekilde kahvaltıda servis edilen Kuymak ve Kaygana hariç diğer yemeklerin öğle yemeğinde servis edildiğini belirtmiştir. K4 ve K10 kahvaltı servisinde verilen yemeklerin günün herhangi bir saatinde diğer öğünlerde de müşteri tarafından talep edildiğini ve tüketildiğini söylemişlerdir. K3, K4 ve K5 tanıtım ve müşteri memnuniyeti için bazı yöresel ürünleri ikram olarak servis ettiklerini belirtmişlerdir.

Araştırmada “Yerli ya da yabancı müşteriler yemeklerin içeriğini merak ediyor mu?” sorusuna dair görüşler şu şekilde ifade edilmiştir.

Tablo 11. “Müşterilerin Yöresel Yemeklerin İçeriklerine Olan İlgisi” Kategorisine İlişkin Bulgular

Katılımcı	Açıklama
K1	Hem yerli hem yabancı müşteriler yemeklerin içeriğini merak ediyorlar. Çayımızı bile soruyorlar. En çok tava çeşitlerinin içeriğini soruyorlar.
K2	Yerli turistler yemeklerin içeriğini pek merak etmiyor. Arap turistler özellikle yeşillikleri bilmedikleri için soruyorlar.
K3	Yabancı müşteriler mutfağı ziyaret ediyorlar ve yöresellerin içeriğini merak ediyorlar. Yerli turistler yöresellerin içeriğini daha çok merak ediyorlar ve bu konuda daha istekliler.
K4	Tabi ki ediyorlar. Özellikle Kuymak hakkında malzemeler ve yapımına dair çok soru geliyor. Mutfağa girmek ve ustalarla tanışmak isteyen müşterilerimiz oluyor. Yabancı turistler genelde özellikle yemeklerin içeriklerini merak edip tatmak için geliyorlar. Yerli turistler yemeklerin içeriğini merak etmiyorlar.
K5	Yöresellerin içeriğini merak ediyorlar. En çok ot çeşitlerinden yapılan tavaları soruyorlar.
K6	Yabancı müşteriler merak ediyorlar. Araplar özellikle Karalahana Sarmasının içeriğini merak ediyorlar.
K7	Yerli turistler merak etmiyorlar. Yabancı turistler için bu oran %30. Özellikle Karalahana Sarmasının içeriğini merak ediyorlar.
K8	Yerli turistler yöresellerin içeriğine dair pek soru sormuyorlar. Yabancı turistler mutfakta ustalara malzemelere dair sorular soruyorlar. Hamsi kuşu ve Kuymak gibi bazı ürünlerin içeriklerini soruyorlar.
K9	Evet ediyorlar.
K10	Yerli turistler yemeklerin malzemesini ve nasıl yapıldığını merak ediyorlar ve yöresellerin içeriğini soruyorlar. Yabancı turistler yöresellerin içeriğine dair pek soru sormuyorlar.

Hem yerli hem yabancı müşterilerin işletmelerde servis edilen yöresel yemeklere olan ilgisi değerlendirildiğinde; çoğunlukla yerli turistler yöresellerin içeriğini merak etmezken yabancı turistlerin yemeklerin içeriğini merak ettikleri, malzemeler ve yapılışına dair sorular sordukları görülmüştür. K1, K5 ve K9 hem yerli hem yabancı turistlerin yemeklerin içeriğine ilgili olduklarını belirtirken K2, K4, K6, K7 ve K8 yerli turistlerin yöresellerin içeriğini merak etmediklerini söylemişlerdir. Diğer katılımcılardan farklı olarak yalnızca K3 ve K10 yabancı (Arap) turistlerin yöresel yemeklerin içeriğine ilgili duymadıklarını belirtmiştir. K4 yabancı turistlerin genelde özellikle yemeklerin içeriklerini merak edip tatmak için geldiklerini belirtmiştir.

Hem yerli hem yabancı turistler genelinde içeriği merak edilen yöreseller Kuymak, Karalahana Sarması, yeşillik Tava çeşitleri ve Hamsi Kuşu olmuştur. K1 ve K5 yeşilliklerden yapılan tava çeşitlerinin içeriğinin hem yerli hem yabancı turistler tarafından ilgi gördüğünü belirtirken K2 tava çeşitlerinin yalnızca Arap turistler tarafından sorulduğunu belirtmiştir. Karalahana Sarması özellikle yabancı turistler arasında en çok talep gören ve içeriği merak edilen ürün olurken, K4 Kuymak ve K9 Hamsi Kuşunu da merak ettiklerini eklemiştir.

Araştırmada “Yöresel yemeklere yer vermenizin işletmenize katkısı nedir? Müşteri potansiyelini artırdığını düşünüyor musunuz?” sorusuna dair görüşler şu şekilde ifade edilmiştir.

Tablo 12. “Yöresel Yemeklerin İşletmelerin Müşteri Potansiyeline Katkısı” Kategorisine İlişkin Bulgular

Katılımcı	Açıklama
K1	Kesinlikle katkısı olduğunu düşünüyorum. Google’da yorumlara bakıldığında yöresel serpmme kahvaltı denince ve çeşitlilik olarak işletmemizin ön plana çıktığını görüyorlar. Bu durum yerli turisti daha çok çekiyor. Farklı şehirlerden misafir getiriyorlar yöreselleri tatmak için. Yabancılar doğal güzellikler için geliyorlar ve Trabzon’un gastronomi ürünlerini alternatif olarak görüyor ve tadıyorlar.
K2	Tabi ki düşünüyorum. İkram yaparken ve ürünlerde çeşitlilik sağlıyor.
K3	Tabi ki düşünüyorum. Yerli turistler özellikle yöresel yemek istiyorlar. Bu sebeple işletmede yöresel yemek görmek istiyorlar.
K4	Tabi ki artırıyor. 23 yıldır aktif olarak yöresel yemek yapan bir işletmeyiz ve bunun dışına çıkmıyoruz. Müşteriler bunu bilerek geliyorlar.

K5	Kesinlikle. Deneyimleyen bir daha geliyor. Doğal ürünler kullandığımız için başkalarına işletmeyi tavsiye ediyorlar.
K6	Evet düşünüyorum. Biz daha çok fast food hizmeti veren bir işletme olarak biliniyoruz. Bu ürünlerden sıkılan müşteriler için menüye yöresel yemekler de ekleyince alternatif ürün çeşitliliği sağlıyor. Pizzacıyız ama müşteri gelip Karalahana çorbası içebiliyor.
K7	Tabi ki özellikle yabancı müşteriler için artırdığımı düşünüyorum.
K8	Evet düşünüyorum. İnsanlar yöresel ürün yemek istiyorlar. İşletmeler ürünlerin tanıtımını yapıyor. Yöresellerin dahil edildiği özellikle kahvaltı öğünü müşterileri cezbediyor. İşletmelerde bu konuda artırıma gidiyor. Yerel kültürün tanıtımı için önemli.
K9	İşletmeye katkısı yüksek. Gelen misafirler Kuymak, Karalahana Sarması ve Lahana Kavurması gibi yöreselleri merak ediyorlar. Akçaabat Köftesini ya da eti ne kadar istiyorlarsa bu tür ürünleri de istiyorlar.
K10	Dengede diyebilirim. Bir nebze olabilir. Ürünleri biz önce deniyoruz. Menüye koyup servisini yapıyoruz. Rağbet görürse servis etmeye devam ediyoruz. Bu durum işletme adına bir çekicilik yaratıyor. Rağbet görmeyen ürünlerin zaten bize bir katkısı yok. Bu durum yerli turistler için geçerli. Yabancı turistler yöresellere pek rağbet göstermiyor.

Yöresel yemekleri işletmede yerli ve yabancı turistlere sunmanın işletmeye katkısı değerlendirildiğinde tüm katılımcılar katkısı olduğunu ve müşteri potansiyelini artırdığını düşünmektedir. Katılımcılar çoğunlukla bu katkının yüksek olduğunu düşünürken yalnızca K10 bu durumun özellikle yerli turistler açısından rağbet gören ürünlerde yaşandığını, bu yöreselleri servis etmenin işletmeyi çekici hale getirdiğini ve söylemiştir. K3 ve K6 yöreselleri menüye koymanın ürün çeşitliliği sağladığını belirtmişlerdir.

K3 ve K4 müşterilerin özellikle işletmelere yöresel yemek görmek ve tatmak için geldiğini, K8 ve K9 benzer şekilde işletmeye gelen müşterinin özellikle belli yöreselleri merak edip yemek istediklerini ifade etmişlerdir. K8 yöresellerin sunulduğu özellikle kahvaltı öğününün müşterileri cezbedtiğini ve buna bağlı olarak işletmelerin artırıma gittiğini vurgulamıştır. K8 ayrıca işletmelerin böylece ürün tanıtımı yaptığını ve yöresellerin işletmede sunulmasının yerel kültürün tanıtımı için önemli olduğunu belirtmiştir. K5 yöreselleri deneyimleyen müşterilerin bir daha geldiğini ve başkalarına tavsiye ettiğini ifade etmiştir. K1 özellikle yerli turistlerin yöresel yemekleri tatmak için farklı şehirlere misafir getirdiklerini belirtmiştir. K1 ayrıca diğer katılımcılardan farklı olarak Google'da yorum yapan müşteriler sayesinde işletmenin yöresel serpme kahvaltıda çeşitlilik olarak ön plana çıktığını ve bunun da işletmeye olumlu yansıdığını belirtmiştir. K1, K3 ve K10

yöreselleri sunmanın özellikle yerli turisti daha çok çektiğini ifade ederken K7 yöresellerin özellikle yabancı müşteri potansiyelini artırdığını belirtmiştir.

Araştırmada “İşletmenizde diğer yöresel yemeklere yer vermemenizin nedenleri nelerdir?” sorusuna dair görüşler şu şekilde ifade edilmiştir.

Tablo 13. “İşletmelerde Diğer Yöresel Yemeklere Yer Verilmeme Nedenleri” Kategorisine İlişkin Bulgular

Katılımcı	Açıklama
K1	Belli bir nedeni yok. Yeterince ürün çeşitliliğimiz var. Ancak öneri olarak alıp deneyebiliriz.
K2	Mevsiminin dışında ürünleri çıkarmak zor. Sabit bir menü uygulama şansınız olmuyor. Mevsiminde verilen doğal ve taze ürünler daha çok tercih ediliyor. Menüde yöresel yemek anlamında çeşitliliğe gitmek için her kademede personel sayısını artırmak gerekiyor. Köfte veren bir işletme olarak standardın dışına çıkıp diğer yöresellere de yer vermek insan gücü demek. Bazı mevsimlerde ürünleri muhafaza etmek zor. Örneğin; yaz aylarında Karalahana sarmasını sıcak halde yeşil olarak saklamak zor.
K3	Talep olmayan ürünlere yer vermiyoruz. Müşteri talebine göre yöresel yemekleri menüye dahil ediyoruz.
K4	Talebe göre yöresel yemekleri menüye dahil ediyoruz. Müşteriler neyi sorar ya da talep ederse onu menüye koyuyoruz. Özellikle yerli turistlerin taleplerini dikkate alıyoruz.
K5	Turistler hazır ve hızlı yemeklere talep gösteriyor. Talep gören yemekleri bu sebeple servis ediyoruz. Bazı yemekler için de eleman ve malzeme yetersizliği var.
K6	İşletme olarak öğünlerde ana yemek olan yöresel yemekleri sunuyoruz. Ana yemek olmayan ve ara sıcak olarak servis edilen yöresellere yer vermiyoruz.
K7	Nadir tercih edilen ve randımanı düşük olan ürünleri servis etmiyoruz. Tercih edilmeyen ürünler hızlı tüketilmiyor ve bu ürünleri uzun süre muhafaza etmesi de zor oluyor.
K8	Damak tadı ve taleple alakalı bir durum. Talep edilen ve merak edilen ürünleri menümüze koymuyoruz. Mevsiminin dışında olan ürünleri doğal ve taze olarak temin etmek zor. Ürünün tazeliği açısından mevsiminin dışında bazı yemeklere yer vermiyoruz. Bu ürünleri de uzun süre muhafaza etmek zor oluyor.
K9	Ürünleri sunarken taze sunmak gerek. Bazı yöresel yemekler beklemeden servis edilmeli. Dolayısıyla hızlı tüketilen ve tercih edilen ürünleri servis ediyoruz.
K10	Talep görmeyen yemekleri menüden kaldırıyoruz. Mevsiminin dışında ürünü bulamayınca sürekliliği sağlayamıyoruz.

Tablo 12’de işletmelerde diğer yöresel yemeklere yer vermeme nedenleri arasında en önemli nedenin müşteri talebi olduğu görülmektedir. Çoğunlukla merak edilen ve talep gören yöresellerin menüde yer aldığı ve servis edildiği vurgulanmıştır. Diğer bir nedenin ise mevsimsel şartlar olduğu görülmektedir. Yemeklerde kullanılan yöresel ürünler her mevsim bulunmamaktadır. Mevsiminin dışında ürünleri doğal ve taze olarak temin etmek zor olduğu için bu ürünlerin tercih edilmediği belirtilmiştir. Ayrıca bazı ürünleri muhafaza etmenin zor olması sebebiyle servis edilmediği ve müşterilerin hızlı tüketilen ve taze ürünleri tercih ettiği görülmektedir. K1 işletmede yeterince ürün çeşitliğinin olduğunu ancak öneri gelirse menüye başka yemeklerin de dahil edilebileceğini belirtmiştir. K2 mevsimlere bağlı olarak bazı ürünleri muhafaza etmenin zor olduğunu belirtmiştir. K2 ve K5 daha fazla yöresel yemek sunmak için personel eksikliği olduğunu belirtmişlerdir. K6 ise işletmede sadece ana yemek olarak servis edebilecekleri yöresel yemeklere yer verdiklerini ifade etmiştir. K3, K4, K5, K7, K8, K9 ve K10 tercih edilen ve talep gören yemekleri işletmelerde servis ettiklerini ve talep görmeyen bazı yöresel yemekleri sunmadıklarını belirtmişlerdir. K9 bazı yöresellerin beklemeden servis edilmesini gerektiğini, dolayısıyla işletmede hızlı tüketilen yemeklerin servis edildiğini söylemiştir. K4 müşteri taleplerinde özellikle yerli turistleri dikkate aldıklarını belirtmiştir. K2, K7 ve K8 bazı ürünleri muhafaza etmenin zor olduğunu söylemişlerdir. K2 ve K8 ürünün tazeliği açısından mevsiminin dışında yöresel yemekleri servis etmediklerini, mevsiminde verilen doğal ve taze ürünlerin daha çok tercih edildiğini ifade etmişlerdir. K10 ise yöresel ürünleri her mevsim bulamayınca sürekliliği sağlayamadıklarını belirtmiştir.

Araştırmada “Yöresel yemekleri deneyimleyen yerli ya da yabancı turistlerin şehir dışına götürmek için talebi var mı? Hangi ürünler için bu mümkün?” sorusuna dair görüşler şu şekilde ifade edilmiştir.

Tablo 14. “Yöresel Yemekleri Deneyimleyen Turistlerin Ürünleri Şehir Dışına Götürme Talebi” Kategorisine İlişkin Bulgular

Katılımcı	Açıklama
K1	Çayı ve Akçaabat Köftesini alıp götürüyorlar. Diğer yemeklerin yöresel malzemeleri alıp götürmek istiyorlar.
K2	Balık ve Akçaabat Köftesi için talep var. Turşu Kavurması için malzemeyi (turşuyu) alıp götürmek istiyorlar.
K3	Yemeğin kendisi değil Kuymak peyniri ve tereyağı gibi yöresel malzemeleri alıp götürmek istiyorlar.
K4	Talep oluyor. Yerli turistler bu talebi Kuymak için yaparken yabancı turistler (Yunanlar ve Araplar) ise Karalahana Sarması için yapıyor. Ancak ürünlerimiz uzun süreli yolculuğa müsait değil. O yüzden içerisindeki yöresel malzemeleri almak istiyorlar.
K5	Müşteriler gelip burada yemekleri deneyimliyorlar. Talep yalnızca %1’lik kesim için geçerli. Bu müşteriler de yöresel malzemeleri alıp götürmek istiyorlar.
K6	Yerli turistler Hamsiköy sütlacını götürmek istiyorlar. Yabancı turistler (Araplar) sarmayı götürmek istiyorlar ama ürün uzun süre dayanacak bir ürün değil. Yöresel malzemelerden götürmek isteyen olunca biz yönlendiriyoruz.
K7	Oluyor. Yemek olarak değil içerisindeki yöresel malzemeleri talep ediyorlar ve götürüyorlar.
K8	Çok olmuyor. Sadece Kuymak yiyen müşterilerden peynirini almak isteyenler oldu.
K9	Yemeklerde kullanılan yöresel malzemeleri götürmek için çok talep var.
K10	Yemeklerde kullanılan yöresel malzemeleri götürmek istiyorlar.

İşletmelerde yöresel yemekleri deneyimleyen yerli ve yabancı turistlerin yemekleri şehir ya da yurt dışına götürme taleplerine bakıldığında, müşterilerin yemeğin kendisini değil içerisinde kullanılan yöresel malzemeleri götürmeyi talep ettiği görülmektedir. Tava çeşitlerinde kullanılan yeşillikler, Kuymak Peyniri ve tereyağı bu malzemelerin başında gelmektedir. K4 ve K6 talep edilen bazı yöresel yemeklerin de uzun süre dayanacak yemekler olmadıkları için şehir dışına ya da yurt dışına götürülemeyeceğini söylemişlerdir.

Araştırmada “Şehrin tanıtımında Trabzon’un yöresel mutfağının ne derece etkili kullanıldığını düşünüyorsunuz?” sorusuna dair görüşler şu şekilde ifade edilmiştir.

Tablo 15. “Trabzon Tanıtımında Yöresel Mutfağın Etkili Kullanımı” Kategorisine İlişkin Bulgular

Katılımcı	Açıklama
K1	Buraya gelen turistlerin önceliği doğal güzellikleri görmek olduğu için yöresel mutfağı sonradan deneyimliyorlar. Trabzon’da yöresel mutfak iyi şekilde tanıtılıyor diyebilirim.
K2	Trabzon yöresel mutfağında belli başlı ürünler üzerine kurulmuş durumda. Bunun sebebi; ekonomik kısıtlamalar, personel sayısında sınırlamalar ve yetersizlik ve bu işe olan merakın her geçen gün azalmasıdır. Bu sebeple yöresel mutfak belli başlı ürünlerle sınırlı kaldı.
K3	Yeterince etkili kullanıldığını söyleyemeyiz. Yöreseller bizim işletmemizde kar amaçlı değil sadece tanıtım amaçlı servis edilmektedir.
K4	Bence etkili kullanılmıyor. Yöresellerimiz tanıtılsa onlar da tercih edilir. Ancak işletmeler artık tamamen turizm odaklı düşündükleri için yöresel yemekler göremiyoruz. Çoğu işletmenin menüsünde yöresel mutfak bölümü bile yok. Menülerine başka yörelere ait öne çıkmış yöresel yemekleri ya da fast food ürünlerini koyuyorlar.
K5	Yeteri kadar etkili kullanıldığını düşünmüyorum. Daha çok turistik merkezler ve doğal güzellikler ön planda.
K6	Trabzon mutfağı artık Hamsiköy sütlacı ve Akçaabat Köftesi gibi ürünlerle sınırlandırılmış durumda. Bu sebeple yöresel mutfağın etkili kullanıldığını düşünmüyorum. Geri kalan yöresel yemekler unutulmaya doğru gidiyor. İşletmeler yöresel mutfağı yansıtmıyor. Örneğin; Karalahana sarması gibi yapımı zor ürünler servis edilmiyor. Gençler de artık fast food ürünlerini yöresellerden daha çok tercih ediyorlar.
K7	Yöresel mutfağın tanıtımında ya da etkili kullanımında çok iyi değiliz. Yöresel yemeklerde kullanılan ürünlerin tedarikinde sorun yaşıyoruz. Mevsiminde olmayan ürünlere ulaşmak çok zor ve yeterli sayıda üretici yok. Biz işletmemizde yöresel mutfakta talep gören, seri üretilen ürünler ve yemeklere ağırlık veriyoruz.
K8	Etkili kullanıldığını düşünüyorum. Kendi işletmemizde alanla ilgili personelimiz var ve gelen müşterilerin de talebine göre ve memnun kaldığı ürünler çıkarıyoruz.
K9	Etkili kullanıldığını düşünmüyorum.
K10	Bence çok etkili kullanılmıyor. Biz taze ürün kullanıyoruz yemekte. Dolayısıyla mevsimi dışında olan ürünü bulmak zor. Mesela Tomara Tavası ya da Hamsi Kuşu gibi ürünleri her zaman bulamazsınız. Her dönem her ürünü bulamıyoruz. Müşteri de taze ürünü tercih ediyor. Sadece Karalahana sarmasının satışı güzel olduğu için kış döneminde lahanayı toplayıp şokluyoruz ve sarmanın yazın satışını yapıyoruz. Bazen ürünü tedarik etmede sorun yaşıyoruz. Yerel mutfakta öne çıkmış belli yemekler hariç sirkülasyonu olmayan özellikle Arap turistlerin tercih etmediği yöresel yemekleri yapmıyoruz.

Trabzon tanıtımında yöresel mutfağın etkili kullanımı konusunda, katılımcılar çoğunlukla yerel mutfağın etkili kullanılmadığını düşünmektedir. Katılımcılardan yalnızca K1 ve K8 yerel mutfağın etkili kullanıldığını düşünmektedir. K2, K6 ve K10 yöresel mutfağın ön plana çıkan belli başlı ürünlerle sınırlandırıldığını ve işletmelerde bu yemeklerin daha fazla yer aldığını belirtirken K2 bunun nedeninin ekonomik kısıtlamalar, bu işe olan merakın her geçen gün azalması ve personel sayısındaki yetersizlik olduğunu vurgulamıştır. K4 çoğu işletmenin turizm odaklı olduklarını, menülerinde yöresel mutfak bölümü bulunmadığını ve başka yörelere ait ünlü yemeklere ya da fast food ürünlere yer verdiklerini ifade etmiştir. K6 yapımı zor ürünlerin servis edilmediğini, K7 talep gören ve seri üretilen ürün ve yemeklere ağırlık verdiklerini, K10 da benzer şekilde sirkülasyonu olan ve özellikle Araplar tarafından talep gören yemeklerin ön plana çıktığını ve servis edildiğini belirtmiştir. K7 ve K10 yöresel yemeklerin içeriğindeki ürünleri tedarik etmede sorun yaşadıklarını ifade etmişlerdir. K7 mevsiminde olmayan ürünlere ulaşmanın zor olduğunu ve yeterli sayıda üretici olmadığını belirtmiştir. K10 aynı şekilde mevsimi dışında ürünlere ulaşmanın zor olduğunu ve müşterilerin doğal ve taze ürünleri daha çok tercih ettiğini belirtmiştir.

Araştırmada “Sizce Trabzon ilinde gastronomi turizmini canlandırmak için neler yapılabilir?” sorusuna dair görüşler şu şekilde ifade edilmiştir.

Tablo 16. “Trabzon’da Gastronomi Turizmini Canlandırma” Kategorisine İlişkin Bulgular

Katılımcı	Açıklama
K1	Sebze ve otlardan ziyade balık ürünleri turistleri daha çok cezbedebilir. Trabzon’da gastronomi turizmini canlandırmak için sosyal medyada gerekli tanıtımı yapmak gerekiyor. Trabzon genelinde işletmelerde ürün çeşitliliği yok. İşletmelerin yöresel anlamda ürün çeşitliliğini sağlayıp menülerini güncellemesi gerekir.
K2	Fiyatların insanların erişebileceği aralıkta kalması ve sonrası düşünülerek sürdürülebilir turizm odaklı ilerlenmesi gerek. Trabzon’da yerliden ziyade yabancı turist odaklı bir turizm anlayışı var. Yerli turisti daha fazla dikkate almak gerek. Bu işe ilgi duyan ve işin içinde olan turizmciler insanların yenilikçi adımlar atması gerekir. Belgeseller ve diğer tanıtımlar da önemli etkenlerdir.
K3	Yöresel yemeklerde ana yemek olarak çok fazla çeşitliliğin ve alternatifin olduğunu düşünmüyorum. Mutfağımız bu anlamda zayıf kalıyor. Yöresellerin çoğu meze olarak verilebilecek türde yemeklerden oluşuyor. Video çekimler, görseller ya da belgeseller tanıtım için faydalı olabilir.

K4	Trabzon mutfağını tanıtmak amaçlı düzenlenen festivallere katılan ve yemek hazırlayan bir işletmeyiz. Trabzon'daki tüm işletmeler tanıtım amaçlı ve yöreselleri unutmamak adına menülerinde yer vermeleri gerekir. İşletmeler yöresel yemeklerde fabrikasyon ürün değil orijinal tadı vermek ve ürün kalitesini artırmak için doğal ve doğru ürünler kullanılmalıdır. Doğamızda var olan ve turisti çeken yeşillik yemeklerimizde de mevcut. Bu lezzetleri sürdürülebilir turizm anlayışıyla insanlara sunmalıyız.
K5	İşletmeler alışılmış ürünlerin dışına çıkarak menülerini güncellemeliler. Yerel mutfağın tanıtımı yapılabilir.
K6	Sadece yöresel yemeklerin ve ürünlerin olduğu işletmeler açılabilir. Köylü artık ürün yetiştirmediği için üretim ve tedarikte yaşanan sorunların çözülmesi gerek. Şehri yönetenlerin ve birliktişilerin yöresele teşvik etmesi gerekir. Trabzon'da turizme Arap turistler yön veriyor. Fiyatlar ve menüler de onlara göre belirleniyor. Yerli turistler yöreselleri talep etmelerine rağmen turizm yabancı turist odaklı olduğu için yöreseller arka planda kalıyor. Maddi kazanç yabancı turist üzerinden sağlandığı için de çok fazla yöresel sunulmuyor. Çünkü Araplar kebab ve et ürünlerini daha çok tercih ediyor. Bu durumun değişmesi gerekiyor.
K7	İşin devamını sağlayacak bir nesil yok. Bu alanda gerekli eğitimin verilmesi ve turizmciler insanlara bize yardım etmesi gerekiyor.
K8	Yöresellerin doğru ve belirli öğünlerde verilmesi gerekir. Turistlerin farklı sezonda Trabzon'a geldiklerinde uygulamalı olarak yemekleri görüp tadabileceği, mutfağı görebileceği gastronomi turları düzenlenebilir.
K9	Gastronomi turizmi açısından bir gelişim yok.
K10	İşletme menülerinde daha fazla yöresel ürün ve yemeklere yer verilebilir. Ancak işletme menülerinde maddi kazancı olmayan ürünleri servis etmiyoruz.

Tablo 16'da Trabzon'da gastronomi turizmini canlandırmak için katılımcıların verdiği öneriler belirtilmiştir. Tabloya göre tüm katılımcılar Trabzon gastronomi turizminin yeteri kadar gelişmediğini ve bunu sağlamak için atılacak farklı adımları belirtmişlerdir. K1, K4, K5 ve K10 işletme menülerinde alışılmış ürünlerin dışına çıkarak daha fazla yöresel yemeğe yer verilmesi ve ürün çeşitliliğinin sağlanması önerisinde bulunmuşlardır. K3 Trabzon yöresel mutfağında ana yemek olarak fazla alternatif ya da yemek çeşidi olmadığını ve çoğunun meze olarak yendiğini söyleyerek kalan ürünler için video çekimler ve görsellerin tanıtımda faydalı olacağını belirtmiştir. K8 farklı olarak yemeklerin yanlış öğünlerde verilebileceğini, bu sebeple yemeklerin doğru öğünlerde verilmesi için bir planlama yapılması gerektiğini belirtmiş ve müşterilerin belirli sezonlarda uygulamalı

olarak mutfağı gezip gastronomi ürünlerini tanıyarak deneyimleyeceği gastronomi turlarının düzenlenmesini önermiştir. K7 bu işin devamını sağlayacak bir nesil olmadığından turizmciler tarafından gerekli eğitimin verilmesi ve yardım edilmesi gerektiğini vurgulamıştır. K6 sadece yöresel yemeklerin sunulduğu işletmelerin açılabileceğini, şehirdeki bilirkişilerin yöreseller konusunda yerel işletmeleri teşvik etmesi gerektiğini belirtmiştir. K6 yerli turistler yöresellere talep gösterse bile Arap turistler belli yemekler hariç diğer yöreselleri tercih etmedikleri için işletmelerde bu ürünlerin servis edilmediklerini ifade etmiştir. Maddi kazanç çoğunlukla yabancı turistlerden geldiği için bu durumun değişmesi gerektiğini vurgulamıştır. K2 ve K4 doğada ve yerel mutfakta var olan yeşillikleri sürdürülebilir turizm anlayışıyla sunmamız gerektiğini vurgulamışlardır. Ek olarak K4 yöresellerin orijinal tadını bozmadan fabrikasyon ürünler yerine doğal ve doğru ürünler kullanmanın ürün kalitesi açısından gerekliliğini ifade etmiştir. K2 ve K6 Trabzon'da yerliden ziyade yabancı turist odaklı bir turizm anlayışının olduğunu belirtmişlerdir. K2 yerli turisti daha fazla dikkate almak gerektiğini, turizmin içinde ve ilgili olan turizmciler insanların yenilikçi adımlar atması gerektiğini belirtmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışma inceleme alanı olan Trabzon; doğası, yeşili ve turistik merkezleriyle ön planda olan bir kenttir. Doğal güzellikleri ve kültürel zenginlikleri turistler için en çekici unsurlardır. Alternatif turizm türleri için de imkan sağlayan kentte eko turizm, deniz turizmi, spor turizmi ve kültür turizmi gibi turizm olanakları mevcuttur. Farklı uygarlıklara ev sahipliği yapmış olması ve Rum Devleti'nin merkezi olması sebebiyle farklı kültürel zenginliklere sahiptir. Manastırlar, kiliseler, göller, deniz ve yaylalar şehrin turizm potansiyelini artıran önemli kültürel ve doğal zenginlikleridir.

Yemeğin turizm için önemli motivasyonlardan biri olması sebebiyle yöresel mutfaklar da günümüzde kültürleri tanımak adına insanları alternatif turizm türlerine yöneltmiştir. Yöresel mutfak, ait olduğu yörenin kimliğini ve mutfak geleneklerini yansıtmaktadır. Trabzon gastronomisi ile de tanınan bir şehirdir. Yerel mutfakta görsel açıdan turistlere hitap eden, yörenin tanıtımında önemli rol oynayan ve turistleri cezbeden bazı yöresel ürünler bulunmaktadır. İklimi ve bitki örtüsü bakımından yeşilin, sebzelerin ve otların bol olduğu Trabzon mutfağında farklı ot çeşitleri ve balık ürünleri öne çıkmaktadır. Coğrafi işaret almış ürünler ve turistik açıdan ün kazanmış yöresel yemekler Trabzon'u ziyaret eden yerli ve yabancı turistler için yerel mutfağa ilgi uyandırmaktadır. Bilinen ve Trabzon ile özdeşleşmiş pek çok yemek yerli ve yabancı turistlere yerel işletmelerde servis edilirken yöre halkının bildiği ve evlerinde çok tükettiği diğer yöresel yemekler geri planda kalmıştır. Bu çalışmada yöresel yemek servis eden farklı yerel işletmelerde çalışan katılımcılar ile görüşme yapılmıştır. İşletmeler aracılığı ile yapılan değerlendirmeler sonucunda Trabzon'a ait yöresel yemeklerin yerel işletmelerde servis edilme durumları ve turistler tarafından ne kadar tercih edildiğine dair veri toplanmıştır. Çalışma ile toplanan verilen yerli ve yabancı turistler açısından değerlendirilmiştir. Çalışmanın amacı; Trabzon yöresine ait az bilinen yöresel yemekleri ön plana çıkarmak, coğrafi işaret almış ya da ün kazanmış diğer yöresel yemekler ile sınırlandırılmış yerel mutfağa alternatif ürün çeşitliliği sağlamak ve gastronomik açıdan bu yöresel yemekleri turizme kazandırmaktır.

Araştırmada katılımcılardan elde edilen veriler incelendiğinde, işletmelerde Trabzon yöresine ait az bilinen yöresel yemeklerin çoğunun bulunmadığı ve çalışmanın konusu olan az bilinen yöresel yemeklerin aktif olarak turizme bir katkısının olmadığı görülmüştür. Yerel mutfağın coğrafi işaret almış ya da ön plana çıkmış bazı yöresel yemeklerle sınırlandırıldığı ve diğery yöresel yemeklerin çoğunun işletmelerde servis edilmediğı sonucuna ulaşılmıştır.

Ön plana çıkmış yöresel lezzetler yerli ve yabancı turistler tarafından bilinirlik kazanmış ve talep gören lezzetler haline gelmiş olması sebebiyle yerel işletmelerde çoğunlukla bu yemekler servis edilmektedir. Turistler bu yöresel yemekleri bilmelerine rağmen az bilinen yöresel yemekleri bilmemekte ve işletmeye geldiklerinde menüden bakarak deneyimlemektedirler. Özellikle Arap turistler, daha önce şehri ziyaret eden yakın çevrelerinden duyarak ve bazı yöreselleri bilerek gelmektedirler.

işletmelerde yöresel yemeklerin servis edildiğı belli bir öğün bulunmamaktadır. Müşterilerin talebine göre herhangi bir öğünde servis yapılmaktadır. Yöresel yemekler çoğunlukla kahvaltıda ya da ara sıcak olarak servis edilmektedir. Bazı işletmeler tanıtım amaçlı yöreselleri ikram etmektedir. Hamsi kuşu az bilinen yöresel yemekler arasında en çok ikram edilen yemektir.

işletmelerin çoğı menülerini ve servis ettikleri ürünleri yerli ve yabancı turistlerin talebine göre çeşitlendirmektedir. Müşterilerin tercih etmediğı ya da talep görmeyen yöreselleri menüden çıkarmakta ya da servis etmemektedirler. Az bilinen yöresel yemekleri servis eden bazı yerel işletmelerde, bu ürünler talep görmediğı ya da merak edilmediğı için menüden kaldırılmıştır.

Yöresel yemeklere yer vermenin tüm işletmelere olumlu bir katkısı olmaktadır. Yöreselleri işletmelerde menüye koymak ve masalarda servis etmek işletmelerin müşteri potansiyelini artırmaktadır. Farklı yöreseller ürün çeşitliliğı sağlamakta ve işletmeleri ön plana çıkarmaktadır. Hem yerli hem yabancı turistler yöresel yemekleri merak ederek deneyimlemekte ve başkalarına tavsiye etmektedirler.

Trabzon'da turizm her açıdan yerli turistten daha çok yabancı turist odaklı bir ilerleme göstermektedir. Gastronomi de dahil olmak üzere turizm odaklı tüm işletmeler Arap turistlerin taleplerine göre değişim göstermektedir.

Yöresel yemeklerin yapımında doğal ve taze ürünler kullanmak gerekmektedir. Özellikle balık ürünleri ve ot çeşitleri mevsime bağlı olarak tüketildiği için mevsimi dışında bu ürünleri bulmak zor olmaktadır. Müşteriler mevsiminde, doğal ve taze ürünleri tercih etmektedir. Bu sebeple ürünün yetiştiği mevsim dışında taze olmadığı için yemek tercih edilmemektedir. Sonuç olarak, mevsime ve döneme göre servisi yapılan yemekler değişebilmektedir. Az bilinen yöresel yemeklerin tamamı mevsime göre tüketilen yemekler olduğu için mevsimi dışında tüketilmemektedir. Bu ürünleri muhafaza etmek de zorlaşmaktadır. Ürünler her mevsim tüketilmediğinden ve muhafaza edilmesi zor olduğundan bu ürünler her mevsim servis edilememektedir. Ek olarak, yöresel yemeklerde kullanılan ürünlerde tedarik sorunu yaşanmakta ve yeterli sayıda üretici bulunmamaktadır. Yöresel yemeklerin çeşitliliğini artırmak ve alternatif ürünler sağlamak için yeterli personel bulundurmamak gerekmektedir. Yerel işletmelerde yöresel yemeklerde çeşitliliği artıracak ve daha fazla yemek yapacak yeterli personel sayısı bulunmamaktadır. Bu sebeple belli başlı bilinen yöresel yemekler hariç diğer yöresel yemekler servis edilmektedir.

Yerli ve yabancı turistlerin yöresel yemekleri şehir dışına ya da yurt dışına götürme talepleri yoktur. Hem yerli hem yabancı turistler yemekleri değil içeriğinde kullanılan yöresel malzemeleri götürmek istemektedirler. Özellikle yabancı (Arap) turistler yöresel yemeklerin içeriğini merak etmektedirler. İşletmelerde servisi yapılan az bilinen yöresel yemeklere yerli turistler talep gösterirken yabancı (Arap) turistler tercih etmemektedirler. Yabancı turistler fast food ürünlerini daha çok tercih etmektedirler.

Araştırmada katılımcılar Trabzon yerel mutfağının yeterince etkin kullanılmadığını belirterek gastronomi turizmini canlandırmak için işletme menülerinde alışılmış ürünlerin dışına çıkarak daha fazla yöresel yemeğe yer verilmesi, sosyal medyada video çekimler, görseller ya da belgeseller ile gerekli tanıtımın yapılması, yemeklerin doğru öğünlerde verilmesi için bir planlama yapılması gerektiği, müşterilerin belirli sezonlarda uygulamalı olarak mutfağı gezip gastronomi ürünlerini tanıyarak deneyimleyeceği gastronomi turlarının düzenlenmesi, bu işin devamını sağlayacak bir nesil olmadığından turizmciler tarafından gerekli eğitimin verilmesi ve yardım edilmesi, sadece yöresel yemeklerin sunulduğu işletmelerin açılması, şehirdeki bilirkişilerin yöreseller konusunda yerel işletmeleri teşvik etmesi, doğada ve yerel mutfakta var olan yeşillikleri sürdürülebilir

turizm anlayışıyla sunmak gerektiği, yöresellerin orijinal tadını bozmadan fabrikasyon ürünler yerine ürün kalitesi açısından doğal ve doğru ürünler kullanılması, yerli turisti daha fazla dikkate almak gerektiği, turizmin içinde ve ilgili olan turizmci insanların yenilikçi adımlar atması gerektiği önerilerinde bulunmuşlardır.

Çalışmadan elde edilen bulgular ışığında şu öneriler sıralanabilir:

Medya aracılığı ile Trabzon yöresine özgü az bilinen yöresel yemeklerin tanıtılmasına ilişkin programlar ve pazarlama çalışmaları yapılarak yemekler ön plana çıkarılmalı ve turizme kazandırılmalıdır.

Trabzon'da hizmet veren yerel işletme menülerinde alışılmış ürünlerin dışına çıkarak daha fazla yöresel yemeğe yer verilmeli ve işletme menüleri güncellenmelidir.

Yerel işletmelerde az bilinen yöresel yemekleri menülere dahil edebilmek ve yöresel yemek çeşitliliğini sağlayabilmek için personel sayısı artırılmalıdır.

Turizme ilgi duyan ve işin eğitimini alan turizmciler şehirde yenilikçi adımlar atmalı, işletmecilere gerekli eğitimi vermeli ve yerel işletmeler yöresel yemekler konusunda yetkili kurumlar tarafından teşvik edilmelidir.

İşletmelerde daha fazla yöresel yemeği ön plana çıkarmak ve çeşitliliği sağlamak için yerli turistlerin taleplerine de odaklanılmalı ve yabancı turist odaklı turizm anlayışı değişmelidir.

Trabzon'da sadece yöreye özgü yöresel yemeklerin sunulduğu işletmeler açılmalıdır.

Yöresel yemeklerin yapımında kullanılan yöresel malzemelerin üretiminde ve tedarikinde yaşanan sorunları gidermek için üreticiler teşvik edilmelidir.

Trabzon'un az bilinen yöresel yemeklerini tanıtacak festival, fuar ya da şenlikler organize edilmelidir.

Hem doğada hem yerel mutfakta var olan yeşillikleri ve az bilinen diğer yöresel yemekleri işletmelerde sunarak yerel mutfak tanıtılmalı ve sürdürülebilir turizm anlayışıyla gelecek nesillere aktarılmalıdır.

Yapılan bu çalışma, Trabzon'un bilinen ve alışılmış yöresel yemeklerinin dışına çıkarak diğer yöresel yemekleri ön plana çıkarmak ve turizme kazandırmak adına yapılacak

çalışmalara yol gösterici olabilir. Ayrıca şehri ziyaret eden ve az bilinen yöresel yemekleri deneyimleyen yerli ve yabancı turistler ile görüşmeler sağlanabilir.



KAYNAKÇA

- Ab Karim, S., & Chi, C. G. Q. (2010). Culinary Tourism as a Destination Attraction: An Empirical Examination of Destinations' Food Image. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(6), 531–555. <https://doi.org/10.1080/19368623.2010.493064>
- Akbulut, E., & Yardım, R. A. (2023). Gastronomy as a cultural heritage: the example of the Trabzon Province. In Proceedings of an International Conference (p. 129).
- Akman, M. (1998). *Yabancı Turistlerin Türk Mutfağından Beklentileri, Yararlanma Durumları ve Türk Mutfağı'nın Turizme Katkısı Üzerine Bir Araştırma* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Ankara Üniversitesi.
- Aksoy, M. ve Sezgi, G. (2015). Gastronomi turizmi ve Güneydoğu Anadolu bölgesi gastronomik unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Alaçam, O. (2019). *Gastronomi Turizmine Türk Mutfağının Etkileri Trabzon ili örneği* (Tez No. 579924) [Yüksek lisans Tezi, Okan Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- Aslan, Z. ve Akay, N. S. (2017). Ege bölgesi mutfak kültürünün gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi. *Eurasian Academy of Sciences Social Science Journal*, UKTM, 446-464.
- Bessière, J. (1998). Local development and heritage: traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia ruralis*, 38(1), 21-34. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-9523.00061>
- Beşirli, H. (2010). Yemek, Kültür ve Kimlik, *Milli Folklor Dergisi*, 22(87) 159-169.
- Candela, G. (1996). *Manuale di Economia del Turismo*, Bologna: Clueb.

- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon rekabetçiliği ve seyahat motivasyonu bakımından gastronomik kimlik. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.
- Çalışkan, V., & Koç, H. (2013). Türkiye’de Coğrafi İşaretlerin Dağılışı Özelliklerinin ve Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(28), 193-214.
- Çalışkan, O., & Yılmaz, G. (2016). Gastronomy and tourism. Global issues and trends in tourism, 33.
- Çapar, G. and Yenipınar, U. (2017). Kültürel ve doğal mirasın sürdürülebilirliğinde turist rehberlerinin rolüne ilişkin turist algısı. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(38), 397-423.
- Çataklı, S. (2021). *Gastronomi turizminin destinasyon markalaşmasına etkisi: Trabzon ilinde bir araştırma* (Tez No. 696274) [Yüksek lisans Tezi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- Çetin, M., Demirel, H., & Çetin, K. (2019, April). Gastronomi konulu festivaller: Türkiye örneği. In VIII. National IV. International Eastern Mediterranean Tourism Symposium (Vol. 19, No. 20, pp. 882-893).
- Demirbilek, E. (2018). *Gastronomi festivallerinin başarısını etkileyen faktörler: Ege bölgesi örneği* (Tez No. 531749) [Yüksek Lisans Tezi , Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- Ekerim, F., & Tanrisever, C. (2020). Türkiye Gastronomi Festivalleri ve Haritalandırılması (Gastronomy Festivals and Their Maps of Turkey). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(3), 2277-2297.
- Encyclopædia Britannica (2000). 15 Ağustos 2024 tarihinde www.eb.com sayfasından erişilmiştir.
- Erdem, Ö., Mızrak, M., & Kemer, A. K. (2018). Yöresel yemeklerin bölge restoranlarında kullanılma durumu: Mengen örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 44-61.

- Esen, M. K. (2022). Yöresel lezzetlerin gastronomi turizmi açısından önemi: Türkiye'deki helvalar. *Aydın Gastronomy*, 6(2), 283-294.
- Gheorghe, G., Tudorache, P., & Nistoreanu, P. (2014). Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism. *Cactus Tourism Journal*, 9(1), 12-21.
- Gülen, M. (2017). Gastronomi turizm potansiyeli ve geliştirilmesi kapsamında Afyonkarahisar ilinin değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 31-42.
- Guzel, B., & Apaydin, M. (2016). Gastronomy tourism: Motivations and destinations. *Global issues and trends in tourism*, 394.
- Hacıoğlu, N., Girgin G.K., ve Giritlioğlu, İ. (2009). *Yiyecek-içecek İşletmelerinin Pazarlama Faaliyetlerinde Yöresel Mutfakların Kullanımı-Balıkesir Örneği*. III. Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri, Antalya.
- Hatipoğlu, A., Zengin, B., Batman, O., & Şengül, S. (2013). Yöresel yemeklerin, kırsal turizm işletmeleri menülerinde kullanım düzeyleri: Gelveri örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3(1), 06-11. <https://www.ijses.org/index.php/ijses/article/view/98>
- Hjalager, A. M., & Richards, G. (Eds.). (2002). *Tourism and gastronomy* (Vol. 11). London: Routledge.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Kardeş Çolakoğlu, N. (2023). *Gastronomi Turizmi Açısından Yöresel Ürünlerin Bölgesel Sınıflandırılması* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi.
- Kasap, M., & Büyükşalvarcı, A. (2021). Evaluation of Gastronomy Tourism Development Indicators of Trabzon City. *Evaluation*, 15, 01.
- Keskin, E. (2021). Gastronomi Festivalleri. Özgür Yayla, Hakan Çetiner (Ed.), *Turizm Alanında Güncel Konular ve Yaklaşımlar* içinde (ss. 29-40). Konya, Çizgi Kitabevi Yayınları.

- Kızılırmak, İ. & Albayrak, A. & Küçükali, S. (2014). Yöresel Mutfağın Kırsal Turizm İşletmelerinde Uygulanması: Uzungöl Örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 4 (1): 75-83.
- Kim, Y. G., & Eves, A. (2012). Construction and validation of a scale to measure tourist motivation to consume local food. *Tourism Management*, 33(6), 1458-1467.
- Kim, Y. G., Eves, A. Ve Scarles, C. (2013). Empirical verification of a conceptual model of local food consumption at a tourist destination. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 484-489.
- Kurt, E., & Badem, A. (2021). Trabzon'un yöresel bir lezzeti: Simira. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(3), 1079-1097.
- Küçükler, Y. (2008). *Trabzon Tarihi Bibliyografisi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Karadeniz Teknik Üniversitesi.
- Küçükyaman, M. A., Demir, Ş. Ş. & Bulgan, G. (2018). Mutfak şeflerinin yöresel ürünlere ilgisi: Isparta Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Özel sayı-1), 86-103.
- Long, L. (1998). *A folkloric perspective on eating and otherness, culinary tourism*, Lexington. No:55, 181-204
- Long, L. M. (2004). *Culinary tourism*. UP of Kentucky, 21.
- Long, L. M. (2003). *Culinary tourism*. UP of Kentucky.
- McKercher, B., Okumus, F. & Okumus, B. (2008). Food tourism as a viable market segment: It's all how you cook the numbers! *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25: 2, 137-148.
- Mil, B. ve Denk E. (2015). Erzurum Mutfağı Yöresel Ürünlerin Otel Restoran Menülerinde Kullanım Düzeyi: Palandöken Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 5 (2), 1-7.
- Nebioğlu, O., (2021). "Restoran İşletmelerinin Menülerindeki Yöresel Yemekleri İnceleyen Yerli Yazın Üzerine Bir Meta Sentez Çalışması". *Alanya Akademik Bakış*, 5(2), Sayfa No.1031-1047.

- Olçay, A. ve Kasap, M. (2018). Yerli ve yabancı turistlerin Trabzon ve Rize destinasyonlarına ilişkin memnuniyet durumlarının belirlenmesi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, İwact'18 Özel Sayısı*, 85-110
- Palavar, H. (2020). *Kültür Turizmi Kapsamında Dini Mekanlarda Turist Deneyimleri, Turist Tatmini ve Tavsiye Etme Eğilimi arasındaki ilişkilerin incelenmesi: Trabzon Örneği* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Atılım Üniversitesi.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, New York: Free Press.
- Pural, A. (1995). *Trabzon'un Tarihi Coğrafyası* (Tez No. 41817) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi] Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- Rand, G. E., & Heath, E. (2006). Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing. *Current issues in tourism*, 9(3), 206-234.
- Sağlam, D. (2019). *Trabzon İlinde Kültür Turizmi ve Turizm Planlamasına Etkisi* (Tez No. 601371) [Yüksek Lisans Tezi, Onsekiz Mart Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- Sezen, T. (2023). *Yöresel yemek festivaline katılım motivasyonunun festival deneyimi, imaj ve sadakate etkisi; Konya gastrofest örneği* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Sormaz, U., Akmeşe, H., Gunes, E., & Aras, S. (2016). Gastronomy in tourism. *Procedia Economics and Finance*, 39, 725-730.
- Şahin, A., & Meral, Y. (2012). Türkiye'de Coğrafi İşaretleme ve Yöresel Ürünler. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi* (2), 88-92.
- Şen, M. A. (2020). Gastronomi turizmi kapsamında Trabzon mutfağına özgü bir ürün "Kuymak". *Karadeniz İncelemeleri Dergisi*, 15(29), 251-268.
- Şengül, S. (2017). Türkiye'nin gastronomi turizmi destinasyonlarının belirlenmesi: yerli turistler üzerine bir araştırma. *Balıkesir University The Journal of Social Sciences Institute*, 20(37), 375-396.

- Şengül, S., & Türkay, O. (2016). Yöresel mutfak unsurlarının turizm destinasyonu seçimindeki rolü mudurnu örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(29), 63-87.
- Taş, S. (2012). *Trabzon ve Ekoturizm: Yerli ziyaretçilerin yöreyi değerlendirmesine yönelik bir araştırma* (Tez No. 314046) [Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- Türker, A. and Köksal, G. (2018). Somut olmayan kültürel miras unsurlarının turistlere aktarılmasının turist rehberleri açısından değerlendirilmesi. N. Hacıoğlu, C. Avcıkurt, A. Kılıç & H. Ulusoy Yıldırım (Ed.), *Turist rehberliği üzerine güncel araştırmalar* (pp.264-277). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Türnüklü, D. A. (2000). Eğitimbilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Tekniği: Görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 24(24), 543-559.
- Visković, N. R., & Komac, B. (2021). Gastronomy tourism: A brief introduction. *Acta geographica slovenica*, 61(1), 95-105.
- Yayla, Ş. (2017). *Yöresel yemek festivaline katılım motivasyonu ile festivallerin destinasyon imajına ve davranışsal niyetlere etkisi* (Tez No. 485374) [Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- Yılmaz, B. (2020). Trabzon Geleneksel Mutfağında Tatlılar ve Çekme Helva. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (43), 59-68.
- Yılmaz, Ö. (2020). Trabzon yöresel yemeklerinin yerel restoran menülerinde yer alma düzeyleri. *Bayburt Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 3(2), 122-130.
- Karadeniz Teknik Üniversitesi. Trabzon İl Planı 2015-2023. (2015). 5 Mayıs 2024 tarihinde https://www.ktu.edu.tr/dosyalar/yonetim_0c967.pdf sayfasından erişilmiştir.

T.C. Kùltür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Mùdùrlùđù. Turizm Yatırım ve İşletme Belgeli Tesis İstatistikleri. (Mart 2024). 5 Mayıs 2024 tarihinde <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201136/turizm-yatirim-ve-isletme-bakanlik-belgeli-tesis-istatistikleri.html> sayfasından erişilmiştir.

T.C. Kùltür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Mùdùrlùđù. İşletme (Bakanlık) Belgeli Tesis Konaklama İstatistikleri. (şubat 2024). 5 Mayıs 2024 tarihinde <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201121/isletme-bakanlik-belgeli-tesis-konaklama-istatistikleri.html> sayfasından erişilmiştir.

Trabzon İl Kùltür ve Turizm Mùdùrlùđù. (2024). 28.04.2024 tarihinde <https://trabzon.ktb.gov.tr/TR-212975/cografyasi.html> sayfasından erişilmiştir.

Trabzon İl Kùltür ve Turizm Mùdùrlùđù. (2024). 28.04.2024 tarihinde <https://trabzon.ktb.gov.tr/TR-212974/tarihcesi.html> sayfasından erişilmiştir.

Trabzon İl Kùltür ve Turizm Mùdùrlùđù. (2024). 9 Ekim 2024 tarihinde <https://trabzon.ktb.gov.tr/TR-57780/tarihce.html> sayfasından erişilmiştir.

Trabzon İl Kùltür ve Turizm Mùdùrlùđù. (2024). 14 Ekim 2024 tarihinde <https://trabzon.ktb.gov.tr/TR-57691/turizm.html> sayfasından erişilmiştir.

Trabzon İl Kùltür ve Turizm Mùdùrlùđù. (2024). Pazı Mıhlama 20 Ekim 2024 tarihinde <http://www.trabzon.gov.tr/yoresel-yemeklerimiz> sayfasından erişilmiştir.

Trabzon İl Kùltür ve Turizm Mùdùrlùđù. (2024). Lames İçli Pide 20 Ekim 2024 tarihinde <http://www.trabzon.gov.tr/yoresel-yemeklerimiz> sayfasından erişilmiştir.

Trabzon İl Kùltür ve Turizm Mùdùrlùđù. (2024). Hamsi Kuşu 20 Ekim 2024 tarihinde <http://www.trabzon.gov.tr/yoresel-yemeklerimiz> sayfasından erişilmiştir.

Trabzon İl Kùltür ve Turizm Mùdùrlùđù. (2024). Kùlür Tava 20 Ekim 2024 tarihinde <http://www.trabzon.gov.tr/yoresel-yemeklerimiz> sayfasından erişilmiştir.

Trabzon İl Kùltür ve Turizm Mùdùrlùđù. (2024). Tomara Tavası 20 Ekim 2024 tarihinde <http://www.trabzon.gov.tr/yoresel-yemeklerimiz> sayfasından erişilmiştir.

Trabzon İl Kùltür ve Turizm Mùdùrlùđù (2024). Isırgan Çorbası 20 Ekim 2024 tarihinde www.kulturportalı.gov.tr sayfasından erişilmiştir.

Trabzon İl Tarım ve Orman Müdürlüğü. (2024). 23.04.2024 tarihinde <https://trabzon.tarimorman.gov.tr> sayfasından erişilmiştir.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). 29 Nisan 2024 tarihinde <https://cip.tuik.gov.tr/> sayfasından erişilmiştir.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) 9 Ekim 2024 tarihinde <https://www.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler-ve-geleneksel-urun-adi-istatistik> sayfasından erişilmiştir.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) 9 Ekim 2024 tarihinde <https://ci.turkpatent.gov.tr/veri-tabani> sayfasından erişilmiştir.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Hamsiköy Sütlaçı 14 Ekim 2024 tarihinde <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/detay/38380> sayfasından erişilmiştir.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Akçaabat Köftesi 14 Ekim 2024 tarihinde <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/detay/38002> sayfasından erişilmiştir.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Yomra Elması 14 Ekim 2024 tarihinde <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/detay/1703> sayfasından erişilmiştir.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Sürmene Pidesi 14 Ekim 2024 tarihinde <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/detay/586> sayfasından erişilmiştir.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Tonya Tereyağı 14 Ekim 2024 tarihinde <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/detay/38463> sayfasından erişilmiştir.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Vakfıkebir Ekmeği 14 Ekim 2024 tarihinde <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/detay/38438> sayfasından erişilmiştir.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Vakfıkebir Külek Peyniri 14 Ekim 2024 tarihinde <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/detay/38584> sayfasından erişilmiştir.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Trabzon Kuymağı 16 Ekim 2024 tarihinde <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/detay/9182> sayfasından erişilmiştir.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Arsin Foşa Fındığı 16 Ekim 2024 tarihinde <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/detay/6109> sayfasından erişilmiştir.

EKLER

EK 1. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu

1. İşletmenizde Trabzon'a ait hangi yöresel yemeklere menülerinizde yer veriyorsunuz?
2. İşletmenizde yerli ya da yabancı turistler tarafından en çok talep gören yöresel yemekler neler?
3. İşletmenizde sunduğunuz yöresel yemeklerin yerli ve yabancı müşteriler tarafından bilinirliği nedir?
4. İşletmenizde menülerde hangi öğüne yöresel yemekleri dahil ediyorsunuz? Yemekler ana yemek olarak mı sunuluyor yoksa meze olarak mı?
5. Yerli ya da yabancı müşteriler yemeklerin içeriğini merak ediyor mu?
6. Yöresel yemeklere yer vermenizin işletmenize katkısı nedir? Müşteri potansiyelini artırdığını düşünüyor musunuz?
7. İşletmenizde diğer yöresel yemeklere yer vermemenizin nedenleri nelerdir?
8. Yöresel yemekleri deneyimleyen yerli ya da yabancı turistlerin şehir dışına götürmek için talebi var mı? Hangi ürünler için bu mümkün?
9. Şehrin tanıtımında Trabzon'un yöresel mutfağının ne derece etkili kullanıldığını düşünüyorsunuz?
10. Sizde Trabzon ilinde Gastronomi Turizmini canlandırmak için neler yapılabilir?

EK 2. İşletme Menülerinden Örnek Görseller



İşletme 4 Menü



İşletme 6 Menü

= Yöresel Menü =



KAYGANA
kaygana ₺140.00



TURŞU KAVURMASI
Lezzetli türşü kavurması ₺140.00



LAHANA SARMASI
Lezzetli lahana sarması ₺140.00



LAHANA ÇORBASI
Sıcak lezzetli lahana çorbası. ₺120.00



PAZI KAVURMASI
Lezzetli pazı kavurması ₺140.00



PATATES KAVURMASI
Lezzetli patates kavurması. ₺140.00



FASULYE KAVURMASI
Lezzetli yöresel fasulye kavurması. ₺140.00



BALIK ÇORBASI
Lezzetli balık çorbası. ₺150.00



KUYMAK ÇEKO
Lezzetli yöresel bol peynirli kuymak. ₺200.00



AKÇAABAT KÖFTE
Yöresel Akçaabat Köfte. ₺350.00

İşletme 3 Menü



LAHANA SARMA - Stuffed Cabbage 200.00 ₺



TURŞU KAVURMASI - Braised Pickle 150.00 ₺



SÜTLAÇ - Rice Pudding 120.00 ₺



KUYMAK 200.00 ₺



KAYGANA - Traditional Dönerle 150.00 ₺



SADECE CUMA GÜNLERİ
AKÇAABAT GÜVEÇİ - Akcaabat Stew
Kısa süreyle
Ekstra 2 kişilik servis için 600.00 ₺



LAHANA ÇORBASI - Cabbage Soup 90.00 ₺



AKÇAABAT KÖFTE - Akcaabat Meatballs 280.00 ₺ 400.00 ₺ 1600.00 ₺



HAMSI TAVA
Balık çeşitlerimiz ve fiyatlarımız mevsime göre değişiklik göstermektedir. Lütfen gastronomiden bilgi alın.
Our fish selection and prices vary with season. Please check with your waiter.

İşletme 10 Menü



LAHANA SARMASI



TURŞU KAVURMASI



HAMSI KUŞU



SERPME KAHVALTI

En az iki kişilik



KUYMAK



HAMSI

Izgara - Buğlama - Tava



BALIK ÇORBASI



KAYGANA

İşletme 8 Menü

EK 3. Etik Kurul Onayı



T.C.
AKSARAY ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
İnsan Araştırmaları Etik Kurulu



Sayı : E-34183927-020-00000945590
Konu : Başvurunuz Hk

15.05.2024

Sayın: Büşra Göç

Az Bilinen Yöresel Yemeklerin Gastronomi Turizmine Katkısının Yerel İşletmeler Tarafından Değerlendirilmesi: Trabzon İli Örneği başlıklı ve 2024/02-79 protokol numaralı başvuru kurumumuz tarafından incelenmiş ve toplantıya katılan kurul üyelerinin oy birliği ile başvurunuzun hakkında “**UYGUNDUR**” kararı verilmiştir.

Bilgilerinize rica ederim.

Prof. Dr. Eyup AKIN Kurul
Başkanı

Bu belge güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu: FAC29EA9-6D2E-494C-971B-5AE7D082427B

Doğrulama Adresi: <https://www.turkiye.gov.tr/aksaray-universitesi-ebys>

Adres: ÖZEL KALEM

Telefon No: 03822173009 Faks No: 03822173009

e-Posta: İnternet Adresi: <https://www.aksaray.edu.tr/>

KEP Adresi:

Ayrıntılı bilgi için: Fatmanur KAŞIKÇI

Bilgisayar İşletmeni

Telefon No: 03822173009



1 / 1

AKSARAY ÜNİVERSİTESİ TEZ DEĞERLENDİRME FORMU

Öğrencinin Adı Soyadı: Büşra GÖÇ		EVET
Kapak		
1	Tez Başlığı tutanaktaki başlıkla aynı mı?	
2	Kapaktaki ay ve yıl savunmaya girilen tarihle tutarlı mı?	
3	Kapak format kılavuzdaki kapak formatına uygun mu?	
4	Kapakta yazılan tüm yazılar doğru olarak verilmiş mi?	
İçindekiler		
5	Sayfa numaraları tam verilmiş mi?	
6	Şekil, Çizelge vb. listeleri verilmiş mi? Sıralaması doğru mu?	
7	Özet, Abstract, Giriş, Sonuçlar vb. bölümler var mı?	
8	Yazım hataları kontrolü yapıldı mı?	
Giriş		
9	Hazırlanan tezin önemini anlatıyor mu?	
10	İkinci ve Üçüncü dereceden başlık içermemeli kuralına uyuldu mu?	
Özet/Abstract		
11	Kılavuza uygun mu?	
12	Ay ve yıl savunmaya girilen tarihle tutarlı mı?	
13	Özet; tek sayfa, tek aralık, tek paragraf kuralına uygun olarak yazıldı mı?	
14	Bilim kodu, sayfa adedi, anahtar kelimeler ve tez danışmanı yazıldı mı?	
Kaynakça		
15	Kaynakların tamamına metin içinde atıf yapıldı mı?	
16	Kaynak formatı kılavuzdaki kaynak formatına uygun olarak hazırlanmış mı?	
17	Atıf formatı kılavuzdaki atıf formatına uygun mu?	
Atıf Yöntemi APA 7 <input type="checkbox"/> CMS <input type="checkbox"/> İSNAD <input type="checkbox"/>		
Genel Değerlendirme		
18	Etik Beyan açıklaması okundu, uyuldu ve imzalandı mı?	
19	Kabul/Onay sayfası kılavuzdaki formata uygun olarak düzenlenmiş mi?	
20	Kabul /Onay sayfasında belirtilen oy birliği/oy çokluğu seçeneklerinden uygun olanı savunmayla tutarlı olacak şekilde belirlenmiş mi?	
21	Sayfa kenar boşlukları ve sayfa numaraları kılavuzdaki formatına uygun mu?	
22	Paragraf boşlukları ve metin satır aralığı kılavuza uygun olacak şekilde düzenlenmiş mi?	
23	Başlık yazımları kılavuzdaki başlık formatlarına uygun mu?	
24	Yazı tipi ve boyutu kılavuzdaki yazı tipi ve boyutu formatına uygun mu?	
25	Şekil, Çizelge vb. açıklama ve numaralandırmaları kılavuzdaki formata uygun olarak yazılmış mı?	

Doç. Dr. Neşe ÇULLU KAYGISIZ