



Genç, Koray – Karadeniz, Cemile Bahtiyar – Göl, Aybegüm Nevruz, “Ordu Yöresel Yemek Kültürünün Restoran Menülerine Yansıması”, *Karadeniz Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, 11/23, ss.137-150.
DOI: 10.31765/karen.1475254

Bu makale etik kurul izni ve/veya yasal/özel izin alınmasını gerektirmemektedir.
This article doesn't require ethical committee permission and/or legal/special permission.

* Araştırma Makalesi / Research Article

** Doç. Dr.,
Ordu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek
Yüksekokulu, Ordu/TÜRKİYE
✉ koray.genc@yahoo.com
ORCID : 0000-0001-5477-4683

*** Prof. Dr.,
Ordu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek
Yüksekokulu, Ordu/TÜRKİYE
✉ cbkaradeniz@gmail.com
ORCID : 0000-0002-3902-5251

**** Yüksek Lisans Öğrencisi,
Ordu Üniversitesi, Sosyal Bilimler
Enstitüsü, Ordu/TÜRKİYE
✉ aybegum.nevruz@gmail.com
ORCID : 0009-0001-8459-3071

Anahtar Kelimeler: Yöresel yemek, restoran, menü, Ordu.

Keywords: Local food, restaurant, menu, Ordu.

Geliş Tarihi / Received Date: 29.04.2024

Kabul Tarihi / Accepted Date: 10.06.2025

ORDU YÖRESEL YEMEK KÜLTÜRÜNÜN RESTORAN MENÜLERİNE YANSIMASI*

Koray GENÇ** - Cemile BAHTİYAR KARADENİZ*** - Aybegüm Nevruz GÖL****

Öz: Bu çalışmada Ordu ilinin yöresel yemek kültürünün restoranların menülerinde yer alışı düzeyinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Tripadvisor platformunda ziyaretçi puanlamaları neticesinde ilk on sırada yer alan restoranların menüleri üzerinde durulmuştur. Menüler internet ve restoran ziyaretleri aracılığıyla elde edilmiştir. Bu bakımdan gözlemin de araştırma teknikleri arasında yer aldığı ifade edilebilir. Söz konusu işletmelerden ilk dördünün pide ve balık restoranı olarak yöreyle özdeşleşmiş ürün sunukları görülmüştür. Sıralamada beşinci sırada yer alan restoran, zengin yöresel menü içeriğiyle kendisini yöresel yemek restoranı olarak konumlandırmış durumdadır. Diğer restoranlarda ise yöresel yemek arzı düşük seviyede olup özellikle yörenin yemek kültürü içerisinde geniş bir yer tutan ot yemeklerinin ürüne dönüştürülemediği anlaşılmaktadır. Ayrıca gözlem itibarıyla mevcut sunumların ürün çeşitlendirme stratejisi amacıyla gerçekleştirildiği yorumu getirilmiştir. Öyle ki yöresel yemek restoranı olarak konumlanan işletme haricinde sunumların hanelerdeki gibi ana yemek şeklinde olmadığı, yöresel yemeklerin meze ve garnitür olarak kullanıldığı gözlenmiştir. Nihai olarak bulgular üzerinden turizm planlayıcılarına ve restoran işletmelerine yönelik önerilerle araştırma sonuçlandırılmıştır.

REFLECTION OF ORDU LOCAL FOOD CULTURE IN RESTAURANT MENUS

Abstract: In this research, it was aimed to evaluate the level of inclusion of the local food culture of Ordu province in the menus of restaurants. For this purpose, the menus of the restaurants ranked in the top ten as a result of visitor ratings on the Tripadvisor platform were focused on. Menus were obtained through the internet and restaurant visits. In this respect, it can be stated that observation is also among the research techniques. It has been observed that the first four of the businesses in question offer products identified with the region as pita and fish restaurants. The restaurant, which ranks fifth in the rankings, has positioned itself as a local food restaurant with its rich local menu content. In other restaurants, the supply of local food is at a low level and it is understood that herbal dishes, which have a large place in the food culture of the region, cannot be turned into products. Additionally, based on observation, it has been commented that the current presentations are made for the purpose of product diversification strategy. Such that, except for the establishment positioned as a local food restaurant, it has been observed that the presentations are not in the form of a main course

as in homes, but local dishes are used as appetizers and garniture. Finally, the research was

concluded with suggestions for tourism planners and restaurant businesses based on the findings.

Giriş

Yöresel yemekler, belirli bir bölgenin coğrafi koşullarıyla şekillenen yerel gıda ürünlerinin, tarihsel, kültürel ve sosyal unsurlarla etkileşimi sonucu oluşan özgün yiyeceklerdir. Bu yiyecekler sadece kullanılan malzemeler açısından değil, aynı zamanda üretimden pişirmeye kadar geçen süreçteki geleneksel bilgi ve tekniklerle de farklılaşmaktadır.¹ Dolayısıyla, yöresel yemekler hem gastronomik bir değer hem de kimlik ve aidiyetin taşıyıcısı olan kültürel bir miras niteliğindedir. Yöresel mutfak kültürü ise yalnızca ürünün yanı sıra sunum biçimleri, mutfak gereçleri, sofrada adabı, toplumsal ritüeller ve sembolik anlamlar gibi unsurları da kapsayan çok boyutlu bir yapıdır. Bu kültür, bir yandan bölgenin coğrafi, ekonomik ve tarihsel yapısını yansıtırken; diğer yandan dini inançlar, etnik kimlikler ve geleneksel değerlerle şekillenen bir sosyo-kültürel sistem oluşturmaktadır.^{2,3,4} Dolayısıyla literatürde yöresel mutfaklar, hem bir bölgenin kimliğini yansıtan temel bir unsur⁵ hem de kültürle iç içe geçmiş çok katmanlı yapılar olarak tanımlanmaktadır.^{6,7,8}

Yöresel mutfak kültürü karakteristiğinin şekillenmesinde birçok faktörün etkisi bulunmaktadır. Bunlardan birisi doğal çevredir. Coğrafi koşulların farklılığı tarımsal ve hayvansal üretimi çeşitlendirmekte; tahıl yetiştiren yerlerde ağırlıklı olarak tahıl ürünleriyle ilişik beslenme görülürken, deniz kıyısındaki bölgelerde deniz ürünleriyle ilişik beslenme görülmektedir. Yerleşim tiplerinin de mutfak kültürü ve beslenme alışkanlıkları ile doğrudan ilişkili olduğu kırsal mutfak ve şehir mutfağı arasındaki farklar ile görülmektedir. Şehir mutfağının alışveriş imkânı ve alım gücüyle geniş bir alana yayılmasından dolayı çok çeşitli türlerine rastlanırken kırsal mutfağında ise günlük tüketim hâkim olup daha tek düzedir.⁹ Toplumların zaman içerisinde özellikle göçler ile yaşadığı kültürel etkileşimin de mutfak kültürlerinin oluşumunda rolü bulunmaktadır.¹⁰ Günümüzün hareketliliği hızlı dünyasında bu etkileşimlerin önü daha da açılmaktadır. İnsanlar ve dolayısıyla kültürler birbirlerine oldukça yaklaşmakta ve bu yaklaşım etkileşimi ortaya çıkarmaktadır. Mutfak konusunda bu etkileşim kültürel çeşitlilik, yenilikçilik bağlamında düşünüldüğünde bir noktaya kadar masumane gelebilmektedir. Ancak kültürel yozlaşma da olası ve istenmeyen bir sonuç olarak durmaktadır. Son olarak toplum içerisindeki sosyal sınıflar ve dini inanışların da mutfak kültürü üzerinde yadsınamayacak bir etkisi söz konusudur.

Yöresel yemeklerin dar bir coğrafyada üretildiği ve tüketildiği algısı yer almakla birlikte^{11,12} açık ve tutarlı bir tanımla bulunmamaktadır.¹³ Yemeği yöresel olarak tanımlamak üzere bir görüş, mesafeye odaklanılması yönündedir. Duram ve Cawley'e¹⁴ göre yemeğin yöresel olarak nitelendirilebilmesi için tüketim alanı ve kaynağı arasındaki azami mesafesi 160 km. olmalıdır. Ancak kabul edilmelidir ki mevcut zaman diliminde küreselleşme gibi mesafeleri alt üst eden

¹ Büyükşalvarcı vd., 2016: 166.

² Giovannucci vd., 2010: 99.

³ Gürsoy, 2013: 2.

⁴ Bérard ve Marchenay, 2008: 5-10.

⁵ Long, 2004: 21.

⁶ Baran ve Batman, 2022: 458.

⁷ Cömert, 2014: 65.

⁸ Toksöz ve Aras, 2016: 176.

⁹ Sağır, 2012: 2678.

¹⁰ Özel, vd., 2017: 355.

¹¹ Jones, vd., 2004: 329.

¹² Zepeda ve Li, 2006: 6.

¹³ Lang, vd., 2014: 1808.

¹⁴ Duram ve Cawley, 2012: 16.

bir olgu dünyada hâkim durumdadır. Bu nedenledir ki küreselleşme gibi dalga dalga büyüyen bir etkenin karşısında halen kaynak yöresine has özelliklerini koruyan ve tüketimi sınırlı bir coğrafyada kalmak kaidesiyle anlam kazanan yiyecek içecekler, değerini belirli bir seviyede koruyabilmektedir. Bu değer bir tüketim ürünü olmalarından da öte yöresel yemeğin üreticisi konumundaki toplumun kendisini ifade etmesinin yegâne araçlarından birisi olmasından kaynaklanmaktadır.¹⁵ Bu bağlamda yöresel yemekler, her ne kadar tanımlaması zor olsa da taşıdığı önemden olsa gerek çeşitli örgütlenmelerin faaliyetleri ile sürdürülebilir kılınmaya çalışılmaktadır. Bu örgütlenmelerin başında UNESCO gelmektedir. UNESCO, 17 Ekim 2003 tarihinde kabul edilen Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi ile somut olmayan kültürel miras tanımını geliştirmiş ve doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar başlığı altında yöresel yemeklere yer vermiştir.

Seyahat eden insanların temel gereksinimleri için restoran işletmelerine gitmeleri aynı zamanda bir kültürel keşif ve deneyim yaşamaları anlamına gelmektedir. Dahası gastronomi turizmi adı altında kavramsallaştırılan seyahatler bulunmaktadır ki bu seyahatler doğrudan farklı kültürlerin mutfak alışkanlıklarını öğrenebilme, yiyecek ve içeceklerini, bunların üretim aşamalarını deneyimleme gibi güdülerle gerçekleştirilmektedir. Yiyecek içecekler, seyahate çıkan bazı bireyler için temel ihtiyaçlarını karşılarken yöresel kültürü tanıma fırsatı sunar iken bazıları içinse doğrudan kültürel bir keşif alanı olabilmektedir ki bu durumda gastronomi turizminden bahsetmek mümkündür. Gastronomi turizmi dünyanın birçok ülkesinde trend halini almıştır¹⁶ ve bu da yöresel yemeğe sahip olan destinasyonlara rekabetçi üstünlük sağlamaktadır.¹⁷ Tuscany, Lyon, Melbourne ve Bordeaux gibi destinasyonlar yöresel gastronomi değerlerini turistik çekiminin merkezine koyan örnekler arasındadır.¹⁸

Turist harcamalarının %40'ını yiyecek ve içecek harcamalarının oluşturduğu farklı araştırmalarda rapor edilmiştir.^{19,20} Bu istatistik ziyaretçilerin restoranlar ile olan yakın temasını açıkça göstermektedir. Dolayısıyla bir destinasyonun temel olsun yan çekicilik kapsamında olsun sahip olduğu yöresel yemek kültürünün koruması ve aslına uygun bir şekilde ziyaretçilere arz edilmesi konusunda destinasyondaki tüm paydaşlara görev düşmekle beraber esas sorumluluk restoran işletmelerine düşmektedir. Küresel restoran işletmelerinin gün geçtikçe her yeri sarmasına paralel olarak bağımsız restoranların yöresel yemek sunumu sorumlulukları artmakla beraber bu yönde tavır sergileyen işletmelerin kendilerini farklılaştırarak bir konumlandırma stratejisi göstermiş olacağı da ifade edilebilir. Bu bağlamdan hareketle bu araştırmada Ordu ilinde faaliyet gösteren restoran işletmelerinin menülerinin yöresel yemek sunumu çerçevesinden değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

1. Yöresel Yemek ve Restoranlar

Turizm kapsamında düşünüldüğünde restoran işletmeleri, destinasyonun çekim unsuru olarak kabul gören yiyecek içecek ürünlerinin ilgililerine ulaştırılması için temel aracı işletmeler konumundadır. Bu aracı konum, özellikle bir yemeğin de ötesine geçerek üretildiği yer hakkında bilgi ve fikir verebilecek yöresel yemekler söz konusu olduğunda daha da önemli hale gelmektedir. İflazoğlu ve Yaman'a göre²¹ mutfak kültürünü tanıtmak ve pazarlamada en aktif role sahip olan paydaşlar arasında restoran işletmeleri yer almaktadır. Yöresel yiyecek içeceklerin sunumu ile hem sunumu gerçekleştiren restoran adına hem de destinasyon adına önemli kazanımlar söz konusu olabilmektedir. Restoran için farklı ürün sunumuyla diğer işletmeler karşı-

¹⁵ Türkay ve Genç, 2017: 220.

¹⁶ Karim ve Chi, 2010: 532.

¹⁷ Canizares ve Guzman, 2012.

¹⁸ Kivela ve Crofts, 2006: 357.

¹⁹ Boyne vd., 2002: 91.

²⁰ Tsai ve Wang, 2016: 1.

²¹ İflazoğlu ve Yaman, 2020: 1944-1945.

sında rekabetçi bir konumlandırma gerçekleştirilmiş olmaktadır. Destinasyon bağlamında düşünüldüğümüzde ise çok daha önemli ve bütüncül faydalar gündeme gelebilmektedir. Destinasyonun rekabetçi pozisyona ulaşarak tekrar ziyaret ve tavsiye niyetleri ile daha fazla turist çeker hale gelmesi, yemek üretiminin desteklemesiyle tarımsal ve hayvansal üretimin sürdürülmesi, toplumsal hafızanın taze tutulması, ziyaretçiler vasıtasıyla kültürün yaygınlaştırılması, kadınların çalışma hayatına dâhil edilmesi gibi sadece ekonomik olarak değerlendirilemeyecek faydalar sıralanabilir. Ayrıca yöresel ürünlerin talep gördüğünü ve takdir edildiğini gören yerel halkın geleneksel yaşam tarzlarına bağlılıklarının artması, kültürel miraslarını koruyarak sürdürmeleri ve toplumsal gurur ortamının oluşması da önemli toplumsal kazanımlar olarak ifade edilebilir.

Mutfak kültürü ve yöresel yemek bağlamında azımsanamayacak bir potansiyele sahip olan Türkiye’de yöresel yemeklerin restoranlarda sunumu, sürdürülebilirliğin tüm boyutlarına hizmet etmesi düşüncesiyle olağan bir beklentidir. Bundan dolayıdır ki konu üzerine Antalya,²² Mardin,²³ Konya,²⁴ Eskişehir,²⁵ Kilis²⁶ örneklerinde olduğu gibi çok farklı destinasyonlarda araştırmalar gerçekleştirilmiştir. Bu tarz çalışmaların birçoğunda maalesef ki olumlu sonuçlara ulaşılamamıştır. Bazı araştırma sonuçlarını detaylı bir şekilde aktarmak gerekirse; Şirnak’ta gerçekleştirilen bir araştırmada;²⁷ zahmetli olması, yetkin aşçıların olmaması, zamanında tüketme gerekliliği gibi nedenlerle çok az restoranda yöresel yemek satışı yapıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Manisa’daki restoranların yöresel yemeklere düşük düzeyde yer vermesinin sebebi olarak yöresel yemeklerin bilinirliğinin az olması sonucuna ulaşılmış²⁸ iken benzer sonuca Bolu, Mengen’de de ulaşılmıştır.²⁹ Konya ili restoranlarında yöresel yemeklere düşük düzeyde yer verilmesinin nedenleri; yöresel yemek yapan aşçı sayısının yetersizliği, hazırlanmasının zahmetli olması ve fazla sayıda olan öğrenci popülasyonunun tercihlerinin yöresel yemek yönünde olmaması şeklinde açıklanmıştır.³⁰ Sakin şehir olarak kültürel sürdürülebilirliği öncelikleyen nitelik taşıyan Mudurnu, Göynük ve Taraklı restoranları üzerinden yürütülen bir araştırmada da işletmecilerin yöresel yemek sunumu konusunda sorumluluklarını bilmelerine rağmen düşük ve istikrarsız talep nedeniyle düşüncelerini menülerine yansıtamadıkları sonucuna ulaşılmıştır.³¹ Son olarak burada sunulan örnekler gibi on dört araştırmanın bulgularını metasentez yöntemi ile ele alan bir araştırmada, yöresel yemeklere menülerinde sıklıkla yer veren restoranların Gaziantep, Mersin, Adana ve Bolu illerinde olduğu; Rize (Çamlıhemşin), Karaman, Eskişehir, Kilis, Adıyaman illerindeki restoranlarda yöresel yemek sunumunun düşük seviyede kaldığı sonucuna ulaşılmıştır.³²

2. Ordu Mutfak Kültürü ve Özellikleri

Ordu ili toprakları büyük oranda Karadeniz Bölgesinin Orta Karadeniz Bölümünde yer almaktadır. İlin; Ünye, Fatsa, Perşembe, Altınordu ve Gülyalı ilçeleri Karadeniz sahil şeridinde yer alıp toplam 100 km. kıyı uzunluğu bulunmaktadır. İlin arazisi kıyıdan itibaren hızla yükselerek güneye doğru platoluk ve dağlık bir yapı göstermektedir. Melet, Turnasuyu, Akçaova, Bolaman Çayı, Elekçi Irmağı gibi akarsu vadileri boyunca denizel etki biraz olsun iç kesimlere ilerleme

²² Kılınç ve Kılınç, 2018.

²³ Yarış ve Cömert, 2015.

²⁴ Seçim ve Esen, 2020.

²⁵ Arıkan, 2017.

²⁶ Özel, vd., 2017.

²⁷ Çelik, vd., 2020: 35.

²⁸ Erdem, vd., 2018: 56.

²⁹ Özleyen ve Tepeci, 2017: 146.

³⁰ Büyükşalvarcı, vd., 2016: 177.

³¹ Genç, 2022: 38.

³² Nebioğlu, 2021: 1041.

imkânı bulabilmektedir. Kıyı kuşağı ile yüksek kesimlerin farklı yeryüzü şekilleri ve iklim özellikleri tarımsal ve hayvansal üretimi çeşitlendirmekte bu da yiyecek ve içecek kültürünün çeşitliliğine zemin hazırlamaktadır.³³

İlin kıyı kuşağında deniz ürünlerine, sebze ve ot yemeklerine bağlı bitkisel ve hayvansal beslenme görülmektedir. Altınordu, Gülyalı, Perşembe gibi kıyı kesimlerinde köfte, balık, ekmek türlerinin öne çıktığı görülmektedir. Kıyılarda mezgit, barbut, hamsi, istavrit, iskorpit gibi birçok balık türü avlanmaktadır. Özellikle Perşembe ilçesi doğal liman özelliği göstermektedir ve balık çeşitleri yönünden merkez başta olmak üzere Ordu ilini beslemektedir. Dahası doğal balıkçılığın yanı sıra somon, levrek yetiştiriciliğine dayalı kültür balıkçılığı da ilçede gelişmiş bir noktadadır. Yüksek kesimlerde yer alan Mesudiye, Gököy, Kumru, Gürgentepe, Korgan, Kabataş, Akkuş gibi ilçelerde ise hayvancılık ön planda olmaktadır. Bu kesimlerde hamur işi ve et içerikli ürünler yaygın olmakla beraber buğday, patates, mısır gibi ürünler de sofralarda daha sık görülmektedir. Yüksek kesimlere doğru tahıl ürünlerinin hâkimiyeti hissedilmektedir.³⁴ Ordu geneli için bir değerlendirme yapılırsa hanelerde yöresel mutfak kültürünün hakimidir. Doğada kendiliğinden yetişen, yöreye özgü yenilebilir otlardan farklı tekniklerle hazırlanan yemekler çeşitlilik arz etmektedir. Sebze yemeklerinin yanı sıra turşu kavurmaları, hamur işleri ve fındığın eksik olmadığı ev yapımı tatlılar da yaygın ve sık bir şekilde tüketilmektedir. Kırmızı et tüketimine bakıldığında ise kıyı kuşağında sığır eti tüketilir iken iç kesimlerde koyun eti tüketilmektedir.³⁵

Tablo 1. Ordu Yöresine Ait Yemekler^{36,37,38}

Çorbalar	Ana Yemekler	Balık Yemekleri	Hamur İşleri	Tatlılar	Garnitürler
Balık çorbası	Fırın fasulyesi kavurması	İçli tava	Bileki/pileki ekmeği	Perşembe ceviz helvası	Fasulye turşusu
Beyaz mısır çorbası	Gendeme (Keşkek)	Mezgit tava	Hamsili ekmek	Çilek reçeli	Galdirik kavurması
Gendeme çorbası	Gürcü kavurması	Hamsi köftesi	Kabaklı börek	İncir reçeli	Hoşkiran kavurması
Herle çorbası	Karalahana / pancar döşemesi	Hamsi tava	Kuru yufka böreği	Fındıklı kuru yufka tatlısı	Kelem turşusu kavurması
Isırgan çorbası	Köfte	Levrek buğlama	Makarna kayganası	Fındıklı burma tatlısı	Melocan diblesi/ kavurması
Kabak çorbası	Taze fasulye	Mezgit buğlama	Mısır ekmeği	Fındıklı un helvası	Pancar turşusu
Karalahana / pancar çorbası	Kuru fasulye	Somon buğlama	Mısır unu yağlaşı	Koz helvası	Sakarca mıhlaması
Pirinç çorbası	Pancar sarması		Pazılı kek	Mısır helvası	Salatalık turşusu kavurması
Sütlü çorba	Mısır unlu karalahana sarması		Yağlı pide	Papa pekmez yağlaşı tatlısı	Taflan turşusu kavurması
	Yahni		Tirit (papara)	Sütlü kabak	Yayla dürmesi turşusu
	Zetiyani		Su böreği	Şekerli erişte	Pancar diblesi
	Beyaz lahana / Kelem sarması		Yağlı	Aşure	Fasulye turşusu diblesi
	Löbye		Mesudiye kuru ekmeği	Bal kabağı tatlısı	Karalahana sürgünü turşu kavurması

³³ Dağdeviren, 2022: 1736.

³⁴ Kement, 2022: 105.

³⁵ Dağdeviren, 2022: 1737.

³⁶ www.ordu.ktb.gov.tr

³⁷ Güldemir, 2023: 123.

³⁸ Dağdeviren, 2022: 1737.

Ordu tostı	İncir reçeli	Mantar/tirmit kavurması
	Dağ çileği reçeli	Sakarca Kayganası
		Top köfteli pezik/pazı yoğurtlaması
		Uçkur kabağı yoğurtlaması
		Marul yoğurtlaması
		Ak kiraz kavurması
		Kuymak

Mutfak kültürleri içerisinde yer alan ürünlerin özellikle gastronomi motivasyonu ile seyahat eden insanlara ulaştırılması ve gelecek kuşaklara aktarılması için coğrafi işaret ile tescillenmesi önem arz etmektedir. Coğrafi işaretleme uygulaması ile yöreye özgü temaları ile belirgin özellikleri olan ürünler kayıt altına alınmaktadır. Kayıt altına alınarak coğrafi işaret ile tescil edilen ürünler destinasyonların tanıtılmasında büyük rol oynamaktadır.³⁹ Ordu ilinin mahreç işareti ve menşe yeri kapsamında coğrafi işarete sahip yiyecek ürünleri; Akkuş şeker fasulyesi, Gürgentepe çakıldak fındığı ve çoban fasulyesi, Kabataş helvası, Mesudiye kuru ekmeği, Ordu fındıklı burma tatlısı, Ordu galdirik ve melocan kavurması, Ordu kivisi, Ordu pancar/karalahana çorbası, Perşembe cevizli helvası, Ordu pidesi/yağlısı, Ordu sakarca mıhlaması, Ordu taffan turşusu, Ordu tostı, Ordu yayla pancarı turşusu/Ordu dürme turşusu, Ordu zeytinyağlı pancar/karalahana sarması, Ordu içli tava, Yalıköy köftesi şeklindedir.⁴⁰

3. Araştırmanın Çerçevesi

3.1. Araştırmanın Amacı

Restoran işletmelerinin yöresel yemek sunumları hem destinasyon adına hem de turistler adına olumlu çıktılar sağlayabilmektedir. Bu bağlamda bu araştırma ile Ordu ilinde faaliyet gösteren restoran işletmelerinin, menülerinde yöresel ürünlere ne ölçüde yer verdiğinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Menü içeriklerinin yöresellik durumuna göre değerlendirilmesi araştırmanın birincil amacı olmakla beraber bu değerlendirme üzerinden literatür destekli bir şekilde yöresel yemek arzını zenginleştirici öneriler sunulmasının da araştırmayı önemli kıldığı düşünülmektedir.

3.2. Araştırma Yöntemi

Araştırmaya dâhil edilerek menülerinin değerlendirilmesi düşünülen restoran işletmelerinin tercih edilmesinde nitel araştırmalarda sıklıkla tercih edilen ölçüt örneklem tekniği kullanılmıştır. Söz konusu ölçüt, talep görmesi ve başarısı müşterileri tarafından takdir edilen işletmeler olmasıdır ki bu ölçüt dâhilinde hareket edilmesi amacıyla seyahat edenlerin sık kullandığı yorumlama platformu Tripadvisor'dan faydalanılmıştır. Tripadvisor platformunda yapılan müşteri değerlendirmeleri neticesinde ilk on sırayı oluşturan restoranların menüleri değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Bu işletmelerin dokuzu Ordu merkezde faaliyet gösterir iken birisi Fatsa ilçesinde yer almaktadır.

Araştırmaya dâhil edilen işletmelerin menüleri internet üzerinden elde edilmeye çalışılmış olup internet mecrasında ulaşamayanlar için araştırmacılar tarafından işletme ziyaretleri gerçekleştirilmiştir. Araştırmacıların hali hazırda araştırma alanı olan Ordu'da yaşıyor olması

³⁹ Yönet Eren ve Ceyhun Sezgin, 2017: 162.

⁴⁰ Türkpatent, t.y.

ve araştırma haricinde de söz konusu işletmelere müşteri olarak gidiyor olması bir nevi gözlem tekniğinin de uygulandığı anlamına gelmektedir.

İşletme ziyaretlerinin hem araştırma kapsamında hem de belirli dönemlerde müşteri olarak gerçekleştirilmiş olması menü güncelliğinden emin olunmasının önünü açmıştır ki bu durum nitel yöntemlerle tasarlanan araştırmanın geçerliliği için değerli görülmektedir. Öyle ki araştırmanın temel verileri olması düşüncesinden dolayı kısa sürelerle dönüşüme girmeyen, istikrarlı bir şekilde menüde yer alan ürünler üzerinden değerlendirme gerçekleştirilmesine özen gösterilmiştir.

4. Bulgular

Tablo 2’de araştırma kapsamına dâhil edilen işletmelerin menüleri; menü içeriği ve yöresel sunum başlıkları altında bütüncül bir şekilde paylaşılmıştır. Menü içerikleri genişliğinden dolayı kategoriler bağlamında sunulmuş iken yöresel sunum başlığı altında menüde yer alan her bir yöresel ürün sunulmuştur. Söz konusu tablo genel menü değerlendirmesi ve yöresel menü değerlendirmesi teması altında sunulan bulgular için bir temel oluşturmaktadır.

Tablo 2. Restoranlar ve Menüleri

Restoran	Menü içeriği	Yöresel sunum
R1	Çorbalar, balık çeşitleri	Karalahana çorbası, balık yemekleri
R2	Pide çeşitleri, ızgara çeşitleri	Pideler
R3	Çorbalar, balık çeşitleri	Balık yemekleri, ev yapımı fındıklı burma
R4	Kahvaltılar, ekmekler, çorbalar, salatalar, makarnalar, pideler, kebab ve ızgaralar	Tereyağlı köy ekmeği, karalahana çorbası, ısırgan çorbası, Ordu yağlısı, sakarcalı erişte, pideler, boztepe kebabı.
R5	Turşular, balık çeşitleri, tatlılar, ot ve bitkiler.	Karalahana sürgünü, ak kiraz kavurması, mezgıt, cevizli helva, fındıklı burma tatlısı, fındıklı kuru yufka tatlısı, fındıklı tahin helvası, kuymak, melocan, galdirik, sakarca, pazı, fındık ve tavuk mantarı.
R6	Çorbalar, balık çeşitleri, tatlılar	Karalahana çorbası, balık çorbası, tahinli fındıklı kabak
R7	Çorbalar, turşular ve ot kavurmaları, pide	Karalahana çorbası, fasulye, lahana, salatalık kavurmaları, pancar ve fasulye diblesi, galdirik, melocan, pide.
R8	Çorbalar, ızgara ve kabaplar, pideler, pizzalar, makarnalar, salatalar, tatlılar.	Karalahana çorbası, pideler
R9	Köfte ve et ürünleri	Yalıköy köftesi
R10	Kahvaltılar, çorbalar, burger, tost, sandviç çeşitleri, pideler, dürümler, kebab ve kavurmalar, makarnalar, tatlılar	Karalahana çorbası, Ordu tostı,

4.1. Genel Menü Değerlendirilmesi

Araştırmaya dahil edilmiş olan restoranların menülerini oluşturan ana ürünlere bakıldığında Türkiye’nin özellikle büyük şehirlerindeki restoranlardan çok da farklı bir ürün sunumları bulunduğu söylemek mümkün değildir. Öyle ki menülerde Türkiye’nin her bölgesinde tüketim imkânı bulunabilen; ızgara, kebab gibi ve dahası burger, pizza, makarna gibi fastfood olarak nitelendirilen küresel gıda ürünlerinin varlığı söz konusudur. Örneğin R2 ve R4 kodlu işletmeler her ne kadar yöreye has sunumlarıyla pide restoranı adıyla faaliyetlerini yürütüyor olmalarına rağmen ürün çeşitlendirme bağlamında hareket ederek menülerine ızgara ve kebab çeşitlerini de yerleştirmiş durumdadırlar.

Tripadvisor platformunda misafir puanlarıyla oluşturulan sıralamada ilk dört sırada pide (R2, R4) ve balık (R1, R3) restoranları yer almaktadır. Ordu yağlısı olarak anılan pidenin

26.01.2023 tarihinde coğrafi işaret tescili (mahreç işareti) almış olması ve Ordu ilinin 100 km. uzunluğunda sahil şeridinde sahip olması ile sıralamada ilk dört sırada pide ve balık restoranları bulunmasını ilişkilendirmek mümkündür. Listede birinci ve üçüncü sırada yer alan ve temel ürünü balık olan restoranların yanı sıra beşinci ve altıncı konumdaki işletmelerin menüsünde de balık ürünleri yer almaktadır. Karadeniz sahil şeridinde konumlanan bir destinasyon için ilk ondaki dört restoranın balık ürünü sunumu gerçekleştirmesi olağan bir bulgu olarak görülebilir.

İşletmelerin menülerinde çorba konusunda bir çeşitlilik ve diğer yörelere kıyasla kayda değer bir farklılık görülmemektedir. Elde edilen verilere göre yedi restoranın menüsünde çorba yer almaktadır. Ancak sunumu gerçekleştirilen çorbalar Türkiye'nin her yerinde ulaşılabilir, bilinir niteliktedir ve bununla beraber hazırlanışında da bir farklılık bulunmamaktadır. Sadece karalahana (pancar) çorbası Ordu yöresine özgü kabul edilebilir bir seçenek olarak yer almaktadır. Tatlılara gelindiğinde ise beş restoranın menüsünde tatlı yer aldığı görülmekle beraber aşağı başlıkta detaylandırılacağı üzere üç işletmenin sunduğu tatlılar yöresel nitelik taşımaktadır.

Ele alınan on restoranı konu bağlamında menüleri ile kıyaslamak gerekirse sadece R4 ve özellikle yöresel yemek sunumu üzerine kurulu bir işletme olarak R5 dikkat çekmektedir. Tablo 2. de yer verildiği üzere R5 kodlu işletmenin menüsü yöresellik bakımından oldukça zengin durmaktadır. Diğer işletmelerin yöresel sunumları ise düşük düzeydedir.

4.2. Yöresel Menü Değerlendirilmesi

Misafir puanlarıyla listede ilk iki sırada yer alan işletmelerden R1 (Balık) ve R2 (Pide), temel ürünleri bağlamında yöresel sunum gerçekleştiriyor olmasına rağmen yöreselliği sınırlı bir menüyle hizmet vermektedirler. R1 kodlu işletme tek ürünü olan balığın yanına coğrafi işaret tescili bulunan pancar/karalahana çorbasını yerleştirmiştir. R3 kodlu balık restoranı da temel ürününün yanı sıra coğrafi işaret tescili almış olan ev yapımı fındıklı burma tatlısını menüsüne yerleştirmiştir. Menüleri itibarıyla yöresel yemek sunumunda R4 ve R5 kodlu işletmeler dikkat çekmektedir. İkisi kıyaslandığında ise iştah açıcı ve menü zenginliği amacıyla yöresel ürünleri kullanan R4 işletmesine kıyasla doğrudan temel ürün olarak yöresel yemekleri sunan R5 işletmesi öne çıkmaktadır.

Ordu ilinde ilçelerin coğrafi konumuna ve bu konumdan kaynaklı kültürel farklılıklarına göre değişmekle beraber evlerde ana yemek olarak tüketilebilen birçok ot ürünü bulunmaktadır.^{41,42} Ancak menüler üzerinden ve araştırma kapsamında sahada yapılan gözlemlerle ifade edilebilir ki ot ürünleri evlerde değerlendirildiği gibi ana yemek olarak restoranlarda sunulmamakta; ana yemeklerin sunumundan önce iştah açıcı olarak ortaya servis edilmektedir. Söz konusu ürünler ağırlıklı olarak kavurma ve turşu olarak servis edilmektedir. Bu durumun tek istisnası R5 kodlu işletmedir ki bu restoranın başlıca menü kalemleri yöresel ürünlerden oluşmaktadır ve evlerde olduğu gibi ana yemek olarak servis edilmektedir. Ayrıca bu restoranda coğrafi işaret tescili almış olan üç ürünün de (melocan kavurması, galdirik kavurması, sakarca mıhlaması) sunumu gerçekleştirilmektedir. Melocan ve galdirik sunan bir diğer işletme R7 iken sakarca, R5 işletmesi haricinde sakarca mıhlaması şeklinde tescil aldığı gibi olmasa da farklı bir usulde sadece R4 kodlu restoranda sunulmaktadır.

Ordu ili için hamur ürünleri bağlamında pide ve onun kadar öne çıkmasa da ordu tostundan bahsetmek mümkündür. Türkiye coğrafyasıyla özdeşleşmiş ismiyle pide olarak anılan ürünün yapılışı tabii ki farklılıklar arz etmektedir ve yöresel olarak Ordu Yağlısı olarak tanımlanmaktadır. Ancak ilk on restoran olarak araştırmaya dâhil edilen restoranların beşinde pide sunumu gerçekleştirilmesine rağmen sadece birisinde 'Ordu Yağlısı' ifadesi kullanılmaktadır. Oysa ki

⁴¹ Tokur, vd., 2023: 36.

⁴² Kement, 2022: 102.

bu isimle coğrafi işaret tescili de alınmıştır. Bu durumdan işletmecilerin ticari kaygılarından dolayı 'pide' ifadesini kullandığı çıkarımı yapılabilir. 2021 yılında coğrafi işaret tescili almış olan Ordu Tostu ise sadece R10 kodlu işletmede sunulmaktadır. Saha gözlemlerinde Ordu Tostu'nun daha çok yerel halkın kullandığı büfelerde ve kafelerde yapıldığı görülmüştür.

Karadeniz bölgesinin ve Ordu ilinin balıkçılıkla özdeşleşmesinden dolayı Tablo 2'de yöresel olarak değerlendirilmesine ve müşteri değerlendirmeleri neticesinde ilk beş restoran arasında balık restoranlarının bulunmasına rağmen Ordu ilinde balık yemeklerinin içerik ve sunum açısından diğer yörelerden farklılık arz ettiğini ifade etmek çok mümkün değildir. Ancak Karadeniz Bölgesi'nin geriye kalanıyla beraber Ordu'da hamsili pilav veya içli tava olarak ifade edilen balık yemeğine ayrıca değinmek gerekmektedir. Bu yemek evlerde sıklıkla tüketilmektedir ve 'Ordu İçli Tavas' 2023 yılında coğrafi işaret (Mahreç işareti) almıştır. Buna rağmen değerlendirmeye dâhil edilen restoranlarda ordu içli tavası sunumu belirlenememiştir.

Ordu ili yerel tüketiminde kırmızı et önemli bir yer tutmamaktadır. Restoranlarda sunulan kırmızı et içerikli ürünler de Ordu yöresine ait değildir. Bu konuda bir istisna ise 2022 yılında coğrafi işaret tescili almış olan Yalıköy Köftesi'dir. Yalıköy Köftesi yöresel bir ürün olarak halen sınırlı bir coğrafi alanda kalmayı başarabilmiş ve Yalıköy beldesinde tüketilebilmektedir. Müşteri değerlendirmeleriyle ilk on restoran arasında dokuzuncu sırada yer bulmuş restoranın ana ürünü Yalıköy Köftesi'dir. Bu işletmeyi listeye sokan faktör coğrafi işaret ile tescillenmiş bir yöresel ürün sunuyor olmasının yanında Samsun- Trabzon karayolu üzerinde yer almasıdır.

Tablo 1. incelendiğinde esasen Ordu ilinin çorba çeşitliliği yeterli görülmektedir. Ancak restoranlarda yöresel olarak ifade edilebilecek sadece karalahana çorbası ön plana çıkmaktadır ki bu çorba yörede pancar çorbası olarak anılmaktadır. 2023 yılında coğrafi işaret tescili alan karalahana (pancar) çorbası, araştırmaya dâhil edilmiş on restoranın altısında sunulmaktadır. Yöresel olarak kabul edilebilecek ısırgan çorbası ise sadece bir restoranda arz edilmektedir.

Fındık ve helva ürünleri Ordu ilinin tatlılarında öne çıkmaktadır. Diğer işletmelere kıyasla yöresel ürün zenginliği ile öne çıkan R5 kodlu restoranda cevizli helva, fındıklı yoğurt tatlısı ve fındıklı tahin olmak üzere üç çeşit tatlı sunulmaktadır. Bunun yanında R6 kodlu işletmede fındıklı tahinli kabak sunulmakta iken R3 kodlu işletmede coğrafi işaret tescilli fındıklı burma tatlısı menüde yer almaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Yöresel mutfak kültürü, bazı destinasyonlar için temel çekicilik konumunda iken bazı destinasyonlarda ise destekleyici konumdadır. Birinci gruba giren destinasyonlara; Adana, Hatay, Gaziantep gibi destinasyonları örnek vermek mümkündür. Tarih boyunca farklı topluluklara ev sahipliği yapmış Anadolu coğrafyasının birçok şehri ise kendilerine has mutfak kültürleri ile ikinci grupta değerlendirilebilir. Karadeniz Bölgesi ve Ordu ili de başta ot ürünleriyle mutfak kültürü bağlamında önemli bir arz unsuruna sahiptir. Turistlerin önemli miktarda yeme-içme harcaması yaptığı düşünüldüğünde temel çekicilik olsun veya olmasın yöresel yemeklerin restoran işletmelerinde kullanımı önemlidir. Yöresel yemek kültürünün sunumu; turistlerin memnuniyetiyle tekrar ziyareti ve tavsiye niyetini desteklemek açısından⁴³ önemli olmakla beraber destinasyonun toplumsal, kültürel ve ekonomik bağlamda sürdürülebilirliğine de katkı sağlamaktadır.

Bulguları özetlemek gerekirse tüketici puanlaması neticesinde ilk dört sırada yer alan restoranlar pide ve balık restoranıdır ki bu ürünlerin Karadeniz Bölgesi ile özdeşleşmiş olması nedeniyle olağan bir durumla karşılaşıldığı ifade edilebilir. Dahası on restoranın dördünde balık; beşinde pide sunumu bulunmaktadır. Bunlar haricinde iki restoran yöresel yemek sunumu ile ön plana çıkmış iken özellikle birisi yöresel yemek restoranı olarak kendisini konumlandırmış

⁴³ Safarov vd., 2022: 2054.

durumdadır. Bir başka ifadeyle bu işletme yöresel yemekleri temel ürünü olarak sunmakta iken diğerleri ürün çeşitlendirme bağlamında kullanmakta ve düşük seviyede bir arz söz konusudur. Ziyaretçi puanlarıyla ilk on restoran arasında dokuzuncu sırada kendisine yer edinmiş restoran, konumu ve tek bir ürüne dayalı menü içeriğiyle ile diğerlerinden ayrılmaktadır. Söz konusu restoran Ordu şehir merkezinde yer almamasına, otoyol güzergâhında hizmet vermesine rağmen bulunduğu yerin adıyla anılan ve coğrafi işaret almış köfte (Yalıköy Köftesi) sunumuyla listede yer bulmuştur.

Ordu ilinde yöresel yemekler düşük düzeyde ve ürün çeşitlendirme stratejisi bağlamında kullanılmakla beraber sunum yönüyle de yörenin mutfak kültürünü tam olarak yansıtmamaktadır. Bu çıkarımı menü kartlarından ve saha gözlemlerinden yapmak mümkündür. Öyle ki yöresel olarak bu çalışmada sözü geçen yemeklerin birçoğu hanelerde ana yemek olarak tüketilmektedir. Ancak kendisini yöresel yemek restoranı olarak konumlandırmış beş numaralı işletme haricinde ürünlerin meze ve diğer yemeklerin yanında garnitür gibi sunulduğu görülmektedir. Bu durumun sebebi olarak henüz yeterli turizm talebi çekemeyen bir destinasyonda faaliyet gösteren işletmecilerin ticari kaygılarını görmek mümkündür. Ayder destinasyonuna kapsamında yapılan benzer çalışmada⁴⁴ Karadeniz Bölgesi'nin temel sorunu olarak turizm sezonunun kısılgılığı ve bu durumun yöresel yemek arzını olumsuz etkilediği yorumu getirilmiştir. Ticari kaygıların yöresel yemek arzını olumsuz etkilediği farklı destinasyonlar üzerinden gerçekleştirilen araştırmalarla da^{45,46,47} ortaya çıkarılmıştır.

Coğrafi işaretli ürünler hem potansiyel ziyaretçilere ulaşmak adına hem de destinasyona ulaşmış olan ziyaretçilere yöre kültürünü en doğru şekilde aktarmak ve bu vesileyle memnuniyetlerini artırmak adına önemli bir araç niteliğindedir. Ayrıca bu ürünlerin yörenin ismiyle anılması destinasyon imajına katkısını da göstermektedir.⁴⁸ Ordu ili de on dokuz ürünle azımsanamayacak sayıda coğrafi işaretli ürüne sahiptir. Ancak bu ürünlerin menülerde yer alışı düzeyleri düşük seviyededir. Örneğin cevizli helva ve fındıklı burma tatlısı sadece birer restoranda servis edilmektedir.

Restoran işletmelerinde yöresel yemek sunumunu zenginleştirmek için Ordu özelinde sunulabilecek öneriler aşağıdaki gibidir.

Destinasyona olan turizm talebi artırılmalı.

Ordu ilindeki bakanlık belgeli işletmelerde 2023 yılı içerisinde 369,796; belediye belgeli işletmelerde 2022 yılı içerisinde 101,288 tesis girişi gerçekleşmiştir.⁴⁹ Her ne kadar ulaşılabilen veriler aynı yıla ait olmasa da Ordu'nun yüksek sayılabilecek bir turizm talebiyle karşılaşmadığı açıktır. Bu verilerden restoran işletmelerinin menülerini oluştururken, özellikle yöresel ürün arzında bulunurken ticari kaygı yaşamaları anlaşılır durmaktadır. Bu kaygıların giderilmesi ve dolayısıyla restoran işletmelerinin yöresel yemek arzını desteklemek adına öncelikle destinasyona olan turizm talebini artırmak ve yıl boyunca istikrarlı hale getirmek gerekmektedir.

Yerel yönetim desteği sağlanmalı.

Yerel yönetim tarafından işletmeleri yöresel yemek sunumuna teşvik edici adımlar atılabilir. Örneğin broşürlerde, belediyenin resmî sitesinde; hangi yöresel yemeğin hangi mekânda yenilebileceğiyle ilgili açık bilgilerin paylaşılması şeklinde aksiyon alınabilir. Teknolojik imkanlardan da faydalanılabilir ve güncel işletme bilgilerinin ve yöresel menülerin paylaşıldığı mobil

⁴⁴ Çoşışlar ve Türker, 2015: 131-132.

⁴⁵ Aslan vd., 2014: 9.

⁴⁶ Mil ve Denk, 2015: 6.

⁴⁷ Özel vd., 2017: 361.

⁴⁸ Işkın ve Genç, 2020.

⁴⁹ Kültür ve Turizm Bakanlığı, t.y.

uygulamalar kurulabilir. Ancak adil rekabet adına paylaşımlar tarafsız olmalı, işletme rekabetçiliğinden ziyade destinasyon rekabetçiliği önemsenmelidir.

Sosyal medya platformu oluşturulmalı.

Son yıllarda tüketicilerin restoran tercihlerinde sosyal medya önemli bir etkileyici konumundadır.⁵⁰ Bu etkileyici gücün farkına varan işletmeler de Facebook, Instagram gibi popüler sosyal medya platformlarını tüketicilerin ilgisini çekmek için bir pazarlama aracı olarak kullanmaktadır.⁵¹ Bu doğrultuda her bir işletmenin sosyal medya hesaplarından yöresel yemeklerinin paylaşımını yaparak potansiyel tüketicilere ulaşma çabası göstermesi olağan karşılanabilir. Ancak Ordu Ticaret Odası gibi il genelinde bağımsız bir kuruluş tarafından yönetilen bir hesaptan destinasyondaki işletmeler tarafından yönlendirilen içeriklerin paylaşılması, bütüncül anlamda destinasyona olan talebi destekleyebilir. Nihai olarak talebin artmasının yöresel yemek arzını da destekleyeceği düşünülmektedir.

Coğrafi işaretli ürün kullanımı artırılmalı.

Araştırma bulgularında aktarıldığı üzere coğrafi işaretli ürünlerin menülerde yer alışı düşük düzeydedir. Ancak yüksek gelirli müşteri çekilmesi amacıyla bu ürünlerin kullanımı önemlidir. Öyle ki bir araştırmaya göre tüketicilerin %43'ü coğrafi işaretli ürünlere %10 daha fazla ödemeye, %8'i ise %20 oranında fazla ödemeye razı durumdadır.⁵² Bu ürünlerin sunumu yüksek gelirli tüketici çekmenin yanı sıra farklılaşmayı da beraberinde getirmektedir. Bu farklılaşma işletme boyutunda önemli olmakla beraber deneyimleyenlerin tavsiye niyetlerini kullanmaları neticesinde destinasyon rekabetçiliği adına da önem arz etmektedir. Ayrıca coğrafi işaretli ürünler, ilgili destinasyonun yöresel yemek kültürünün en doğru şekilde ziyaretçilere aktarılması bakımından da değerlidir.

Kadın istihdamı desteklenmeli.

Bu araştırma kapsamında her ne kadar işletme temsilcileri ile görüşülmemiş olsa da benzer araştırmalarda yöresel yemek arzını olumsuz etkileyen faktörlerden birisi yöresel yemek konusunda bilgili ve tecrübeli aşçıların bulunamayışı şeklinde ortaya koyulmuştur.^{53,54} Bu sorunun çözümü için kadın istihdamı önemli gözükmemektedir. Kadın istihdamı ile yöresel yemeklerin aslına uygun bir şekilde sunumu kültürel sürdürülebilirliğin sağlanması anlamına gelmektedir.⁵⁵ Bu konuda valilik, kaymakamlık, İŞKUR gibi kurumlar vasıtasıyla kadın istihdamı teşvik projeleri oluşturulabilir.

Yerel üreticilerle işletmeler arasındaki bağlantılar kuvvetlendirilmeli.

İşletmelerin yöresel yemek arzı ile yerel üreticiler arasında simbiyotik bir ilişki bulunmaktadır. İşletmeler ve yerel üreticiler arasındaki ilişkinin kuvvetlendirilmesi neticesinde yöresel yemek arzının zenginleşmesi ve bunun sonucu olarak da yerel üretimin sürdürülebilir kılınmasına katkı sağlanabilmektedir. Bu karşılıklı faydanın sağlanabilmesi için ise öncelikle yukarıdaki önerilerde ifade edildiği üzere destinasyona istikrarlı ve yüksek seviyede bir turizm talebinin oluşturulması gerekmektedir.

Yöresel yemek arzı doğrultusunda bilinç geliştirilmeli.

Yöresel yemek arzının önemi ve karlılıklarını artıracığı yönünde işletme sahiplerine ve yöneticilerine bilinçlendirme toplantıları gerçekleştirilebilir. Destinasyon içerisinde etkin kurum

⁵⁰ Mhlanga ve Tichaawa, 2017: 45.

⁵¹ Kasavana vd., 2010: 77.

⁵² Van de Kop, vd., 2006: 25.

⁵³ Büyükşalvarcı, vd., 2016: 177.

⁵⁴ Çelik vd., 2020: 35.

⁵⁵ Genç, 2022: 39.

ve kuruluşların düzenleyeceği toplantılarda bilgilendirmeler sağlanabilir, ulusal ve uluslararası başarılı destinasyon ve işletme örnekleri aktarılabilir. Bu konuda Ordu Üniversitesi'nin ilgili bölümlerinden destek alınabilir.

KAYNAKÇA

- Arıkan Dünder, Alev (2017), "Eskişehir'deki Yiyecek İçecek İşletmelerinin Menülerinde Eskişehir Mutfağının Yeri", *Journal Of Human Sciences*, 14/2, 2061-2077.
- Aslan, Zeynep - Güneren, Ebru ve Çoban, Gamze (2014), "Destinasyon Markalaşma Sürecinde Yöresel Mutfağın Rolü: Nevşehir Örneği", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2/4, 3-13.
- Boyne, Steven - Williams, Fiona ve Hall, Derek (2002), "On the Trail of Regional Success: Tourism, Food Production and The Isle of Arran Taste Trail", *Tourism and Gastronomy*, (Ed. Anne-Mette Hjalager ve Greg Richards), London: Routledge, 105-128.
- Baran, Züleyhan ve Batman, Orhan (2022), "Destinasyon Pazarlamasında Mutfak Kültürünün Rolü: Sakarya Örneği". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10/1, 456-475.
- Bérard, Laurence and Marchenay, Philippe (2008), From Localized Products to Geographical Indications Awareness and Action, *Ressources des terroirs-Cultures, usages, sociétés UMR Eco-Anthropologie et Ethnobiologie Centre national de la recherche scientifique Alimentec-Bourg-en-Bresse*.
- Büyükalvarcı, Ahmet - Şapcılar, Mustafa Cüneyt ve Yılmaz, Gül (2016), "Yöresel Yemeklerin Turizm İşletmelerinde Kullanılma Durumu: Konya Örneği", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4/4, 165-181.
- Canizares, Sandra Maria Sanchez ve Guzman Tomas Lopez (2012), "Gastronomy as a Tourism Resources: Profile of Culinary Tourist", *Current Issues in Tourism*, 3, 229-245.
- Cömert, Menekşe (2014), "Turizm Pazarlamasında Yöresel Mutfakların Önemi Hatay Mutfağı Örneği". *Journal Of Tourism and Gastronomy Studies*, 2/1, 64-70.
- Çelik, Sedat- Ersoy, Nureddin ve Besen, Sibel (2020), "Restoran İşletmelerinin Yöresel Yemeklere Yönelik Farkındalıkları: Şırnak İli Örneği", *Tourism and Recreation*, 2/1, 31-37.
- Çokişler, Nazım ve Türker, Ali (2015), "Mutfak Kültürünün Turizm Ürünü Olarak Kullanım Etkinliğinin İncelenmesi: Ayder Turizm Merkezi Örneği", *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 6/14, 122-136.
- Dağdeviren, Ayhan (2022), "Ordu Mutfak Kültürünün Yerel Halk Tarafından Tanınma Durumu", *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 5/4, 1733-1746.
- Duram, Leslie A. ve Cawley, Mary (2012), "Irish Chefs and Restaurants in the Geography of "Local" Food Value Chains", *The Open Geography Journal*, 5/1, 16-25.
- Erdem, Özkan-Mızrak, Metin ve Kemer, Ali Kemal (2018), "Yöresel Yemeklerin Bölge Restoranlarında Kullanılma Durumu: Mengen Örneği", *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3/1, 44-61.
- Genç, Koray (2022), "Sakin Şehir (Cittaslow) Restoranlarının Yöresel Yemek Sunumu Üzerine İşletmeci Görüşlerinin Belirlenmesi", *Journal of Global Tourism And Technology Research*, 3/1, 30-41.
- Giovannucci, Daniele-Barham, Elizabeth and Pirog, Richard (2010), "Defining and Marketing Local Foods: Geographical Indications for US Products", *The Journal of World Intellectual Property*, 13/2, 94-120.

- Güldemir, Osman (2023), "Geleneksel Bir Yemek: "Marul Yoğurtlaması", *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6/1, 121-132.
- Gürsoy, Deniz (2013), *Tiridine Tiridine Suyuna da Bandım, Tarihin Süzgecinde Yöresel Mutfamız*, Oğlak Yayıncılık, İstanbul.
- Işkın, Merve ve Genç, Koray (2020), "Gastronomi Turizmi Açısından Geleneksel Ürün Adı Tes-cilinin Önemi: Çakallı Menemeni", *Akademik Gastronomi Çalışmaları*, Konya: Büyükşehir Be-lediyesi Kültür Yayınları, 267-281.
- İflazoğlu, Nurhayat ve Yaman, Melek (2020), "Yöresel Mutfakların Gastronomi Turizminde Yer Alma Durumu: Mardin Yerel Restoran Menülerinin İncelenmesi", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8/3, 1943-1957.
- Jones, Peter - Comfort, Daphne ve Hillier, David (2004), "A Case Study of Local Food and Its Routes to Market in the UK", *British Food Journal*, 106/4, 328-335.
- Karim, Shahrim Ab ve Chi, Christina Geng-Qing (2010), "Culinary Tourism as a Destination Attraction: An Empirical Examination Of Destinations' Food Image", *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19/6, 531-555.
- Kasavana, Micheal L.-Nusair, Khaldoun ve Teodosic, Katherina (2010), "Online Social Networ-king: Redefining the Human Web", *Journal of Tourism and Hospitality Technology*, 1/1, 68-82.
- Kement, Üzeyir (2022), "Ordu İli Mutfak Kültürü", *Gastronomi Alanında Tematik Araştırmalar-1*, (Ed. Yener Oğan), Konya: Çizgi Kitabevi, 102-111.
- Kılınç, Olcay ve Kılınç, Uğur (2018), "Yöresel Gastronomik Değerlerin Ürüne Dönüşme Düzeyi: Antalya İl Merkezi Restoran Menüleri Üzerine Bir İnceleme", *Journal of Tourism and Gastro-nomy Studies* 6/3, 394-410.
- Kivela, Jakša ve Crotts, John C. (2006), "Tourism And Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30/3, 354-377.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (t.y). 27.04.2024 tarihinde şu kaynaktan alınmıştır.
<https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>
- Lang, Mark- Stanton, John ve Qu, Yingdao (2014), "Consumers' Evolving Definition and Expec-tations for Local Foods", *Birtish Food Journal*, 116/11, 1808-1820.
- Long, Lucy M. (2004), Culinary tourism; A folkloristic perspective on eating and otherness? in Culinary tourism (Ed) L. M. Long, University Press of Kentucky
- Mhlanga, Oswald ve Tichaawa, Tembi Maloney (2017), "Influence of Social Media on Customer Experiences in Restaurants: A South African Study", *Tourism: An International Interdiscipli-nary*, 65/1, 45-60.
- Mil, Burak ve Denk, Erkan (2015), "Erzurum Mutfağı Yöresel Ürünlerin Otel Restoran Menü-lerinde Kullanım Düzeyi: Palandöken Örneği", *International Journal of Social and Economic Sci-ences*, 5/2, 1-7.
- Nebioğlu, Oğuz (2021), "Restoran İşletmelerinin Menülerindeki Yöresel Yemekleri İnceleyen Yerli Yazın Üzerine Bir Meta Sentez Çalışması", *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 5/2, 1031-1047.
- Özel, Gamze-Yıldız, Fethullah ve Akbaba, Melda (2017), "Yöresel Yemeklerin Restoran Menü-lerinde Yer Alma Düzeyinin Belirlenmesi: Kilis Mutfağı Örneği", *Kesit Akademi Dergisi*, 11, 351-364.
- Özleyen, Eda ve Tepeci, Mustafa (2017), "Manisa'da Yöresel Yemeklerin ve Lezzetlerin Turiz-min Gelişimine Katkısının Belirlenmesi", *Turizm Akademik Dergisi*, 4/2, 139-152.

Sağır, Adem (2012), “Bir Yemek Sosyolojisi Denemesi Örneği Olarak Tokat Mutfağı”, *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish*, 7/4, 2675-2695.

Safarov, Bahodirhon- Mirzaev, Kulmamat- Janzakov, Bekzot and Ruzibayev, Otabek (2022). A Study on the Impact of Distance and Income on Potential Gastrotourists’ Decision-Making Process. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 11(6):2052-2062.

Seçim, Yılmaz ve Esen, Mehmet Fatih (2020), “Konya Mutfağında Yer Alan Yöresel Yemeklerin İşletme Menülerinde Yer Alma Düzeylerinin Tespit Edilmesi”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22/1, 279-294.

Toksöz, Derya ve Aras, Sercan (2016), Turistlerin Seyahat Motivasyonlarında Yöresel Mutfağın Rolü. *Journal Of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Special Issue 1), 174-189

Tokur, Aybüke, Kement Üzeyir ve Yüksel Faruk (2023), Mesudiye Mutfak Kültürüne Yönelik Nitel Bir Değerlendirme. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 24/2, 35-61.

Tsai, Chen Tsang Simon ve Wang, Yao Chin (2016), “Experiential Value in Branding Food Tourism”, *Journal of Destination Marketing& Management*, 6/1, 56-65.

Türkay, Oğuz ve Genç, Koray (2017), “Gastronomi Turizmi”, *Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi*, (Ed. Mehmet Sarıışık), Ankara: Detay Yayıncılık, 211-239.

Türkpatent (t.y.), “Coğrafi İşaret Portalı”, 22 Şubat 2024 tarihinde şu kaynaktan alınmıştır. <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisaretler/liste?il=52>. Retrived 24 February 2024 tarihinde <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisaretler/liste?il=52>.

Ordu Kültür Turizm Müdürlüğü, 27.04.2025 tarihinde şu kaynaktan alınmıştır <https://ordu.ktb.gov.tr/Eklenti/60343,ordu-mutfak-kulturu-pdf.pdf?o>

Van de Kop, Petra, Sautier Denis ve Gerz, Astrid (2006), “Origin-Based Products Lessons for Pro-Poor Market Development”, *Bulletins of the Royal Tropical Institute*, 372.

Yarış, Ahmet ve Cömert, Menekşe (2015), “Mardin İlindeki Restoranların Yerel Ürün Kullanımındaki Avantaj ve Dezavantajları ile İlgili Algı Düzeyleri”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8/37, 991- 998.

Yönet Eren, Firdevs ve Ceyhun Sezgin, Aybüke (2017), “Gastronomi Turizmi Açısından Mersin Yöresi Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği”, *International Sustainable Tourism Congress*, 23-25 Kasım 2017, Kastamonu, I, 161-170.

Zepeda, Lydia ve Li, Jinghan (2006), “Who Buys Local Food?”, *Journal of Food Distribution Research*, 37/3, 1-11.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı: Araştırmacılar makaleye eşit oranda katkı sağlamışlardır.

Çıkar Çatışma Beyanı: Bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.