



Trabzon İli Gastronomi Rotaları

Trabzon Province Gastronomy Routes

Batuhan Öztürk^{a*}, Semra Akar Şahingöz^b

^{a*} Sorumlu Yazar, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, batuhan.ozturk@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4951-0469

^b Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, semra.sahingoz@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6727-5277

ÖZ

Küreselleşen dünya, farklılaşan turist beklentileri ve ihtiyaçları, özel ilgi alanlarına yönelik turizm faaliyetlerinin planlanmasına ve gerçekleştirilmesine sebep olmaktadır. Günümüzde destinasyonların markalaşarak ön plana çıkması ve pazarlanması noktasında alternatif turizm çeşitlerinin başında gastronomi turizmi gelmektedir. Aynı zamanda gastronomi turizm faaliyetlerinde gastronomi rotalarının planlanması ise destinasyon açısından büyük önem taşımaktadır. Buradan hareketle gerçekleştirilen bu çalışmada Trabzon şehrinin gastronomi rotalarının oluşturulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Trabzon'da yiyecek içecek işletmeleri, yerel yöneticiler ve turist rehberleriyle yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler MAXQDA nitel ve karma veri analiz programıyla tematik analiz ve içerik analizine tabi tutulmuştur. Ortaya çıkan sonuçlar ile şehirde gastronomik anlamda ziyaret edilecek noktalar tespit edilmiş ve gastronomi rotaları oluşturulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Trabzon, Gastronomi, Mutfak Kültürü, Gastronomi Rotaları

ABSTRACT

The globalizing world, differentiating tourist expectations and needs lead to the planning and realization of tourism activities for special interest areas. Today, gastronomy tourism is one of the leading alternative tourism types in the

branding, prominence and marketing of destinations. At the same time, planning gastronomy routes in gastronomy tourism activities is of great importance for the destination. Based on this, this study aims to create gastronomy routes of Trabzon city. For this purpose, face-to-face interviews were conducted with food and beverage establishments, local administrators and tourist guides in Trabzon. The data obtained were subjected to thematic analysis and content analysis with MAXQDA qualitative and mixed data analysis program. With the results, the The globalizing world, differentiating tourist expectations and needs lead to the planning and realization of tourism activities for special interest areas. Today, gastronomy tourism is one of the leading alternative tourism types in the branding, prominence and marketing of destinations. At the same time, planning gastronomy routes in gastronomy tourism activities is of great importance for the destination. Based on this, this study aims to create gastronomy routes of Trabzon city. For this purpose, face-to-face interviews were conducted with food and beverage establishments, local administrators and tourist guides in Trabzon. The data obtained were subjected to thematic analysis and content analysis with points to be visited gastronomically in the city were identified and gastronomy routes were created.

Keywords: Trabzon, Gastronomy, Culinary Culture, Gastronomy Routes

GİRİŞ

Destinasyonların pazarlanması noktasında her destinasyonun markalaşma çalışmaları önem taşımaktadır. Literatür incelendiğinde turizm sektöründe var olan destinasyonların farklılaşarak ön plana çıkmak için turist odaklı bir pazarlama yaklaşımı benimsedikleri ve markalaşma çalışmalarına ağırlık verdikleri görülmektedir (Oğuz vd., 2020). Bir destinasyonun markalaşması sürecinde özgün mutfak kültürü ve beraberinde sunabileceği deneyimler (Çataklı ve Yıldırğan, 2021), ülkelerin, bölgelerin, şehirlerin bünyelerinde oluşturdukları destinasyonların pazarlanmasında öncelikli unsurları oluşturmaktadır (Belber ve Kamış, 2022). Bu noktada gastronomi turizmi ve destinasyon pazarlaması yaklaşımlarından yola çıkarak kesişim kümesinde konumlandırabileceğimiz gastronomi turları, yiyecek içecekleri deneyimlemeye dair turistlerin bilinçli ilgisini, yöreye has mutfak kültürü unsurlarıyla canlı tutmak yöreye çekmek olarak ifade edilebilir (Ignatov ve Smith, 2006). Aynı zamanda mutfak kültürüne ait çeşitli faaliyetler, gastronomik ürünler ve bilgilerin sürdürülebilir bir yaklaşımla ziyaretçilere aktarılması da dikkate alınması gereken unsurlardır (Erşahin ve Kızılırmak, 2023). Tüm bu unsurlar gastronomi turlarının ve gastronomi rotalarının oluşturulmasında önem taşımaktadır.

Gastronomi turları ve rotaları; belirli bir coğrafi alan sınırları içerisinde yerel halk tarafından yaşanan ve uzun yıllar boyunca yaşatılan mutfak kültürüne ait ürünler, etkinlikler, özel işletmelerde sunulan menüler gibi unsurlar ile oluşturulan tematik bir seyahat planı olarak tanımlanabilmektedir (Mutlu ve Sandıkçı, 2024). Buradan hareketle temelde yöreye ait yemek kültürleri ve çevresinde oluşan tüm aktiviteleri deneyimlemeyi ifade eden gastronomi turları,

yalnız yöresel ürünleri tatmak değil aynı zamanda bilgi sahibi olarak mutfak kültürü etrafında şekillenen pek çok aktiviteye de katılımı beraberinde getirmektedir (Ademoğlu, 2023). Bu sebeple destinasyonlara ait gastronomik unsurların belirlenerek tanıtılması noktasında turist rehberleri, yerel yönetimler ve diğer tüm paydaşların iş birliği içerisinde olması, destinasyona dair marka imajının oluşturulup çekicilik unsurlarının ön plana çıkarılarak sunulması önem arz etmektedir (Düzgün, 2022).

Bu doğrultuda Trabzon ilinin gastronomi rotalarının oluşturulması, çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Oluşturulan gastronomi rotalarının, Trabzon şehrinin mutfak kültürüne dair unsurların tanıtılması, pazarlanması ve oluşturulacak ilgiyle birlikte ekonomik girdi sağlanması açısından katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Gastronomi turizmi kapsamında gastronomi rotalarının belirlenerek turların düzenlenmesi, destinasyonun markalaşması, pazarlanması ve uzun dönemde kültürün sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından da önem taşımaktadır. İlgili literatür incelendiğinde Trabzon ilinin gastronomi rotaları ile ilgili yapılmış herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Ülkemizde bölgeden bölgeye, yöreden yöreye mutfaklarda kültürel farklılıklar görülmektedir. Bu durum birbirinden farklı pişirme teknikleri, sofrada adaptasyonu, ekipman farklılıklarıyla birlikte, yemek çeşitlerinin de farklılaşmasına ve çeşitlenmesine sebep olmaktadır (Maviş, 2003). İklim özellikleri, coğrafi şartlar, denize kıyısı olması gibi nedenlerle Trabzon mutfağının Türkiye'nin diğer mutfaklarından farklılaşmasına sebep olmaktadır. Karadeniz Bölgesinin özellikle Doğu Karadeniz'in zorlu iklim, topografya ve toprak özellikleri; Trabzon mutfağının şehir içinde kısım kısım dahi farklılaşmasına yol açmaktadır (Şengül ve Türkay, 2016). Bu farklılık Trabzon'da hayvansal, tarımsal ve denizden faydalanılarak hazırlanan pek çok ürünle birlikte Trabzon mutfağına yansımıştır (Bakkaloğlu ve Şen, 2024).

Genel hatlarıyla bakıldığında Trabzon mutfağının daha çok topraktan elde edilen ürünler üzerinde şekillendiğini söylemek doğru olacaktır. Etten çok ot ve çeşitli tahıl, baklagil ve sebzelerin tüketiminin yoğun olarak görüldüğü Trabzon Mutfağı (Dost, 2018), coğrafi ve iklim şartları sebebiyle günümüz halini almış ve bu durum mutfağın özgünlüğünü korumasına da katkı sağlamıştır (Cesur ve Avcıkurt, 2018).

Kültürel öğeler, doğal güzellikler ve çeşitli kültürel miras alanlarına son yıllarda turistler tarafından gösterilen yoğun ilgi, gerek turizm işletmelerinin gerekse çeşitli ulusal turizm örgüleri ile yerel ölçekte yönetimlerin alternatif turizm mekanlarının oluşturulmasına yönelik "turizm rotaları/turları/güzergahları" başlığı altında bazı planlamalar yapılmasına zemin hazırlamış ve rehberler aracılığıyla bu rotaların profesyonel bir şekilde turistlere sunulması yönünde çalışmalar yapmaya başlamışlardır (Kervankıran ve Çuhadar, 2014). Turizm rotaları, belli bir tema altında pek çok çekicilik unsuru ve aktivitenin bir araya getirilerek ortaya çıkan ürün ya da hizmetlerin bireylere sunulması olarak tanımlanabilmektedir (Lourens, 2007). Bir başka bakış açısıyla Meyer (2004), turizm rotalarını az gelişmiş bölgelerin ekonomik kalkınması için, yerel, bölgesel ya da uluslararası ölçekte turistik bazı kaynaklara sahip olan destinasyonlar için iyi bir fırsat olarak değerlendirmektedir. Tanımlamalarda belirtildiği üzere bir temayı temeline alan turizm rotaları için genellikle; kültürel, dini, doğa, el sanatları, toplumsal bilinirliğe ve değere sahip şahıslar ile yeme içme üzerine oluşturulmaktadır (Kervankıran ve Çuhadar, 2014; Şimşek, 2022).

Gastronomi rotaları somut olmayan kültürel miras değerinin ürün, çiftçi, tüccar, zanaatkar olmak üzere tüm arka planı yansıtan bir süreci bünyesinde barındırmaktadır. İlk olarak zirai faaliyetle birlikte başlayan süreçten itibaren nihai olarak tabakta sonlanan süreç dahil olmak üzere tüm somut olmayan kültürel miras bilgisinin korunduğu gastronomi rota aktivitelerinde, geleneksel ve antropolojik bir bakış açısıyla gıda ile ilgili net bir ifade ortaya çıkmaktadır. Ortaya çıkan bu bilgi ise ziyaretçilerin yiyecek içecek ile ilgili tüm tematik unsurlar ile temas etmesine olanak sunmaktadır. Gastronomi rotalarını bir araç olarak değerlendirdiğimizde bu aracın aşağıda belirtilen bir dizi bileşen şeklinde oluşturulması önerilebilir (Espinosa vd., 2022):

- Bölge, topluluk ve etnik grupların kimliklerinin tanımlanması,
- Üretim ve tüketim olmak üzere gıda zincirinin birbirine bağlanarak bütüncül bir yaklaşımın benimsenmesi,
- Atalardan kalan bilgi, yöntem ve tariflerin gün yüzüne çıkarılarak uyarlanması,

- Geleneksel mutfak değerlerinin kullanılması,
- Ürün çeşitliliğinin sürdürülebilirliğinin sağlanması,
- Kaynakların geliştirilmesine katkı sağlanması,
- Araştırmanın teşvik edilmesi,
- Biyolojik çeşitlilik ve çok kültürlü yapının desteklenmesi.

Yukarıda bahsedilen yaklaşım ve bileşenler takip edilerek oluşturulan tematik kurgu ile birlikte belli bir yol üzerinde gastronomik unsur içeren faaliyetlerin yer aldığı seyahatlerin planlanması, gastronomi rotalarının temel bakış açısını ve amacını oluşturmaktadır (Mutlu ve Sandıkcı, 2024).

Güzergâh tabanlı bir turizm çeşidi olan gastronomi turları/rotaları, aslında sınırları olmayan mutfak kültürlerini orijinal yerlerinde ve asıl sahip olan toplum tarafından bireylere sunulmasının sağlandığı tematik ve bütüncül bir turizm yaklaşımıdır. Yukarı görüldüğü gibi farklı çeşitleri bulunan ve farklı yaklaşımlarla faaliyet gösterebilen gastronomi turları bünyesinde farklı tesislerin, çevresel unsurların, yerel toplulukların, hizmetlerin ve maddi manevi pek çok bileşenin bulunduğu karmaşık turistik yapılar olarak tanımlanmaktadır (Corigliano, 2002).

Kitle turizminin aksine gastronomi turizmi 12 ay boyunca devam ettirilebilen bir turizm çeşididir. Tüm yıla yayılabilmesi sebebiyle turizmin sürdürülebilirliğini katkı sağlamakta, ülkelerin tanıtım ve pazarlanmasında etkin rol oynamaktadır. Aynı zamanda önemli bir ekonomik araç olarak görülmektedir. Gastronomi turizminin çok yönlü katkı sağlaması, yöre ya da bölgelerin somut ve somut olmayan kültürel miras unsurlarının kullanılarak gastronomi rotaları oluşturulmasına yardımcı olmaktadır. (Kargılioğlu vd., 2019). Destinasyonlara sağlamış oldukları faydalar sebebiyle oldukça popüler bir hal alan gastronomi turları, bu faydalar sebebiyle önem teşkil etmektedir (Sezer, 2017). Hall ve Sharples (2003) tarafından yerel, bölgesel ve ulusal olmak üzere üç grupta değerlendirilen bu katkılar Tablo 1’de sunulmuştur (Hall ve Sharples, 2003).

Tablo 1. Gastronomi Turlarının Katkıları

Yerel Katkılar	Bölgesel Katkılar	Ulusal Katkılar
Yerel üretici pazarlarının kurulmasını sağlar	Arazi değerlerinin korunmasını sağlar	Ulusal anlamda marka geliştirilmesine katkı sağlar
Tüketici ve restoranlara yönelik direkt olarak satışların yapılmasını sağlar	Bölgesel anlamda bir marka geliştirilmesini sağlar	Turizm ve gastronomi değerlerini ulusal anlamda teşvik ederek yeni stratejiler oluşturulmasını sağlar
Yol üstü tezgahlar vb. kurulan alanlar ile direkt olarak turistlerle ürünlerin buluşmasını sağlar	Turizm ve gastronomi değerlerini bölgesel anlamda teşvik ederek yeni stratejiler oluşturulmasını sağlar	Ekonomik anlamda açıkların kapanmasını sağlar
Üreticiler için yerel üretim alanlarının oluşmasını sağlar	Yeni marka oluşturmada yerel kimlik ve özgün yapının korunmasını sağlar	Üretimin artmasıyla birlikte satışların artması ve vergi gelirlerinin yükselmesini sağlar
Yerel yiyecek ve içecekler ile ilgili değer yaratılmasını sağlar	Yerel yönetimleri sürece dahil ederek bütüncül bir yaklaşım benimsenmesini sağlar	Devlet desteği oluşturmak adına katkı sağlar
Sermaye yaratılmasına olanak sağlar	Destinasyonun pazarlanması anlamında yeni girişimler yapılmasını sağlar	Büyük bir potansiyel barındıran yeni bir piyasa alanı oluşturulmasını sağlar

Yukarıda belirtilen yerel, bölgesel ve ulusal katkılar ile birlikte turistlerin perspektifinden de incelendiği zaman gastronomi turları sırasında bireyler, yerel halka ait unsurları deneyimlemek, mutfaklarını keşfetmek, ritüellere şahit olmak, zirai faaliyetleri görmek ve nihai olarak tadımlar yaparak o kültüre ait izlerle evine dönmeyi beklemektedir (Çevik ve Yıldırım Saçılık, 2024). Her bir destinasyonun hatırlanmak ve tekrar ziyaret edilme kaygısıyla çeşitli pazarlama çalışmaları yürüttüğünü söylemek doğru olacaktır. Buradan hareketle destinasyon gelirlerini arttırmak, destinasyonun imajını olumlu yönde etkilemek amacıyla gerçekleştirilen çeşitli markalaşma çalışmaları destinasyon pazarlaması kapsamında değerlendirilmektedir (Gülmez vd., 2012).

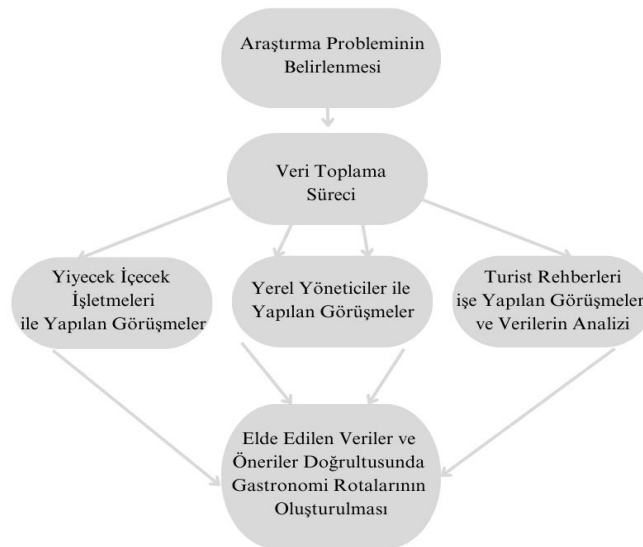
YÖNTEM

Araştırmada verilerinin elde edilmesi ve yorumlanabilmesi amacıyla nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. İlgili literatür incelendiğinde nitel araştırmanın ve nitel araştırma yöntemlerinin farklı şekillerde tanımlandığı görülmektedir. Bu tanımlamalar birbirinden farklılık göstermekle birlikte nitel araştırmaların sistematik bakış açısıyla yürütülmesi gereği ve detaylı inceleme üzerine yoğunlaşılması gereği en temel benzerliklerdir (Merriam, 2023). Nitel araştırma Van Maanen (1979) tarafından tanımlamaya, yorumlamaya, çözmeye ve anlam ile ilgili terimlere ulaşma çabalarını bünyesinde barındıran süreçler bütünü olarak değerlendirilmektedir (Bayram ve Yaylı, 2009).

Nitel araştırmalar fenomenoloji, kuram oluşturma, anlatı araştırmaları, etnografi ve durum çalışmaları olmak üzere farklı yaklaşımlar ile yürütülebilmektedir (Creswell, 2023). Bahsedilen bu yaklaşımlar birbirlerine desenlemeleri ve veri analiz yöntemleriyle benzer yapı göstermekle birlikte bazı noktalarda birbirlerinden ayrılabilirlerdir. Bu sebeple nitel araştırmalarda desen belirlenmesi araştırma aşamalarının tutarlı bir şekilde yürütülmesini sağlayan, araştırmanın genel yaklaşımını belirleyen strateji olarak ifade edilebilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2021). Bu çalışma, araştırma modeli olarak durum çalışması yaklaşımıyla yürütülmüştür.

Araştırmanın Modeli

Temelde Trabzon ilinin gastronomi rotalarının oluşturulması amacıyla tasarlanan bu çalışma kapsamında yerel yöneticiler, yiyecek içecek işletmeleri ve Trabzon'da tura çıkan turist rehberleriyle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Temelde "neden" ve "niçin" sorularına yanıt aranan durum çalışmaları Merriam (2023) tarafından "sınırlı bir birimin derinlemesine incelenmesi" olarak tanımlanırken, Tight (2010) "küçük bir örneğin detaylı incelenmesi" şeklinde tanımlanmıştır. Yürütülen bu çalışmanın modeli Şekil 1'de sunulmuştur.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Evren ve Örneklem

Evren, ortak özellikleri olan her türlü ögeyi ifade etmekle birlikte, araştırma kapsamında ulaşılan bulguların genellenebildiği büyük bir grubu ifade etmektedir. Bu büyük grup içerisinde örneklem seçimi yapılmakla birlikte evreni oluşturan bu ögeler işletmeler, insanlar, çeşitli gruplar, yazılı belgeler, kurumlar ve hatta sosyal olgular dahi oluşturabilmektedir (Gülbüz ve Şahin, 2018). Yürütülen çalışmada Trabzon ilinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri, Trabzon'da tura çıkan turist rehberleri ve yerel yöneticiler araştırmanın evrenini, örneklemine ise her bir grupta yer alan ve araştırmaya gönüllü olarak katılmayı kabul eden bireyler oluşturmaktadır.

Yürütülen bu çalışmada derinlemesine keşfetmek, öğrenmek ve iç görü kazanmak amaçlandığı için amaçlı örneklem tekniklerinin kullanılması uygun görülmüştür. Amaçlı örneklem temelde araştırmacının kişisel değerlendirmesi sonucu

araştırma sorusuna uygun veri elde edebileceğini düşündüğü bireylerin örnekleme dahil edildiği örnekleme çeşidini açıklamaktadır(Gürbüz ve Şahin, 2018). LeCompte ve Preissle (1993) tarafından örnekleme seçimi yapmaya başlamadan önce çalışma grubu seçiminde önemli olan seçim ölçütüne karar verilmesi sebebiyle “ölçüt tabanlı ya da ölçüt dayanaklı örnekleme” olarak da ifade edilmektedir (Merriam, 2023).

Gerçekleştirilen bu çalışmada araştırma problemi dahilinde doğru veri elde edebilmek amacıyla kartopu (zincir) örnekleme ve ölçüt örnekleme yöntemlerinden yararlanılmıştır. Birden fazla örnekleme yöntemi kullanılmasının sebebi ise, çalışma kapsamında üç farklı grup ile görüşmelerin gerçekleştirilmiş olması ve gruplara ulaşma noktasında seçimlerin birbirinden farklı şekilde yapılmasıdır. Bu kapsamda yiyecek içecek işletmeleri ve turist rehberlerine ulaşma noktasında da ölçüt örnekleme yönteminden faydalanılarak seçimler yapılmıştır.

Araştırmanın örneklemini oluşturan gruplardan toplam 26 katılımcı ile görüşmeler gerçekleştirilmiş ve yiyecek içecek işletmeleri İ1-İ10, yerel yöneticiler Y1-Y7, turist rehberleri R1-R9 olarak kodlanmıştır.

Veri Toplama Tekniği

Gerçekleştirilen bu çalışma kapsamında araştırma problemi ile ilgili sorular ve boyutların neredeyse tamamının kapsayarak güvence altına almasından dolayı görüşme formu yaklaşımı ya da diğer adıyla yarı yapılandırılmış görüşme süreci takip edilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşmeler; bireylerin özel bilgileri ya da durumları ve konu ile ilgili kesin toplanması gereken noktalarla ilgili veri toplamak için hazırlanan kısımların tam yapılandırıldığı, çalışmanın geri kalan kısmında belli temalarla belirlenmiş sorular ve alt sorulardan oluşan ve yarı yapılandırılan tekniği ifade etmektedir (Çelebi, 2023).

Çalışma kapsamında gerçekleştirilen birden çok yüz yüze görüşmenin yanı sıra çalışmanın bilimsel temelini kuvvetlendirmek amacıyla belge incelemesi tekniği de kullanılmıştır.

Veri Toplama Araçları

Araştırma kapsamında belirlenen veri toplama tekniğinin görüşme ve belge incelemesi olması sebebiyle araştırma kapsamında veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından yarı yapılandırılmış görüşme formları hazırlanmıştır. Çalışma kapsamında yiyecek içecek işletmelerine, yerel yöneticilere ve turist rehberlerine yönelik üç ayrı görüşme formu hazırlanmıştır. Hazırlanan görüşme formlarından yiyecek içecek işletmelerine yönelik olanları Demografik Bilgiler, Menüdeki Yöresel Ürünler, Ürün Tedariği, İstihdam Edilen Personel Bilgisi başlıklarından oluşmaktadır. Yerel yöneticilere yönelik hazırlanan görüşme formu iste İçme Mutfaklarının Tanımlanması, Destinasyon Pazarlaması Kapsamında İlçe Gastronomisinin Değerlendirilmesi, Gastronomi Rotalarının Oluşturulmasında İlçenin Rolü başlıklarından oluşurken; turist rehberlerine yönelik hazırlanan görüşme formunun başlıkları ise Trabzon’un Yerel Turlarının Gastronomik İçeriği, Trabzon’un Gastronomi Turu Potansiyeli, Turlara Eklenebilecek Sıcak Noktalardan oluşmaktadır.

Veri Toplama Süreci

Araştırma verileri, örnekleme gruplarını oluşturan yerel yöneticiler, yiyecek içecek işletmesi sahipleri ve yiyecek üretiminden sorumlu kişiler ile turist rehberlerinden görüşme metoduyla elde edilmiştir. Hazırlanan seyahat planıyla birlikte veri toplama sürecinin bir kısmı 10-30 Temmuz 2023 tarihleri arasında Trabzon ilinde tamamlanmıştır. Araştırma kapsamında görüşülen üç farklı gruptan yiyecek içecek işletme sahipleriyle yapılan görüşmelerde verilerin 11. katılımcı ile tekrara düşmesi sebebiyle görüşmeler 29 Temmuz 2023 tarihinde sonlandırılmıştır. Yerel yöneticilerle yapılan görüşmeler, iletişime geçilen 18 ilçe yerel yöneticisinden araştırmaya katılmayı kabul eden 7 belediye başkanı ve yardımcısı ile görüşülmesi nedeniyle 29 Temmuz 2023 tarihinde sonlandırılmıştır. Veri toplama sürecinin son ayağını oluşturan yerel turist rehberleriyle gerçekleştirilecek olan görüşmelerin planlanması için 27 Temmuz 2023 tarihinde “Trabzon Bölgesel Turist Rehberleri Odası” yönetimiyle görüşülerek aktif olarak rehberlik yapan üyeler ile ilgili bilgiler edinilmiştir. Trabzon’da gerçekleştirilen saha çalışmasının son bulmasıyla birlikte elde edilen verilerin yol

göstericiliğinde turist rehberleri ile gerçekleştirilecek olan görüşmeler planlanmış, 11 - 24 Mart 2024 tarihleri arasında da yerel turist rehberleriyle "Zoom" uygulaması üzerinden online görüntülü görüşmeler yapılmıştır.

Geçerlik ve Güvenilirlik

Geçerlik ve güvenilirlik, yani gerçekleştirilen çalışmada elde edilen sonuçların inandırıcılığı bir çalışma için en önemli kriterlerden birisidir. Bu noktada nitel araştırmaların en çok eleştirilen ve irdelenen noktası "Geçerlik" ve "Güvenilirlik" ölçütlerinin nicel çalışmalarda olduğu kadar yaygın şekilde testlere tabi tutulamıyor oluşudur. Bu noktada nitel araştırmalarda güvenirliliğin sağlanması için elde edilen verilerin, olguların, olayların ve açıklamaların olduğu gibi objektif bir şekilde aktarılabilir ifade edilmesi gerekmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2021). Güvenirliliğin sağlanması konusunun ise literatür incelendiğinde pek çok farklı şekilde ele alındığı görülmektedir. Öyle ki araştırmacı notlarının an be an alınmış olması, ses ve görüntü kayıtlarının mülakat boyunca kesintisiz kayıt altına alınması, kesintisiz sağlanan kayıtların olduğu gibi yazıya aktarılması ve yazıya aktarılan görüşme kayıtlarının gerek elle gerekse bilgisayar programları aracılığıyla kodlanarak temalara ayrılması güvenirliliğin sağlanması için alınabilecek önlemler olarak gösterilmektedir (Creswell, 2023).

Yukarıda bahsedilen bilgiler aracılığıyla çalışmanın geçerli ve güvenilir olması adına gerçekleştirilen görüşmeler ortalama 40-60 dakika arasında tutulmuş olup tüm görüşmeler ses kayıt cihazı ve/veya video ekran kaydıyla kayıt altına alınmıştır. Veri toplama aşamasında örnekleme dahil edilen bireylerin şehrin ve ilçelerin farklı noktalarından seçilmesine özen gösterilmiş olup katılımcıların araştırmaya sağlamış olduğu bilgiler çalışma kapsamında sık sık doğrudan alıntılanarak aktarılmıştır. Aynı zamanda çalışmanın yöntem kısmında araştırmacının desenleri, modeli, evren ve örnekleme, veri toplama tekniği, veri toplama araçları ve süreci ile ilgili detaylı bilgilere yer verilerek geçerlik ve güvenilirlik artırılmaya çalışılmıştır.

Verilerin Analizi

Nitel veriler ile yürütülen bu çalışmada benzer adımlar takip edilmiş ve elde edilen veriler tematik analiz ile içerik analizine tabi tutulmuştur. Çalışma kapsamında elde edilen veriler ile çalışma amacına uygun temaların belirlenmesi, analiz edilmesi ve raporların oluşturulması sürecini ifade eden tematik analiz, tüm verinin küçük boyutlarda dahi olsa betimlenmesini ifade etmektedir (Boyatzis, 1998). İçerik analizi ise verilerden elde edilen pek çok dokümanın objektif ve nicel bir bakış açısıyla sistematik bir biçimde incelenmesi sürecini ifade etmektedir (Bilgin, 2006). Bu bilgiler doğrultusunda araştırma kapsamında elde edilen ses kayıtları tek tek deşifre edilerek yazılı doküman haline getirilmiştir. Yazıya dökülen deşifre dosyaları nitel ve karma araştırma süreçlerinde kullanılan profesyonel veri analiz programı MAXQDA (2024)'ya aktarılmıştır. Verilerin analiz edilmesi sürecinde tümevarımcı bir yaklaşım benimsenmiştir. Bu yaklaşımla birlikte programa aktarılan veriler tekrar tekrar okunarak ilk kodlar oluşturulmuştur. Sonrasında birbiri ile ilişkilendirilen kodlar bir araya getirilerek temalar oluşturularak isimlendirilmiştir. Oluşturulan temalar analizlerin sunumunda kolay anlaşılabilir bir nitelikte olması amacıyla kısa ve anlaşılır bir şekilde düzenlenmiştir. Son olarak elde edilen bulguların anlamlı bir şekilde karşı tarafa aktarılabilmesi amacıyla yorumlanmış; grafikler, tablolar, şekiller ve çeşitli görseller ile desteklenerek sunulmuştur.

BULGULAR

Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizlerinden elde edilen bulgular aşağıda sunulmuştur.

Yiyecek İçecek İşletmeleri ile Yapılan Görüşmelere Ait Bulgular

Yörede hizmet veren toplamda 10 yerel yiyecek içecek işletmesi ile de görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında görüşülen yiyecek içecek işletmeleri ile ilgili katılımcı bilgileri Tablo 2'de sunulmuştur.

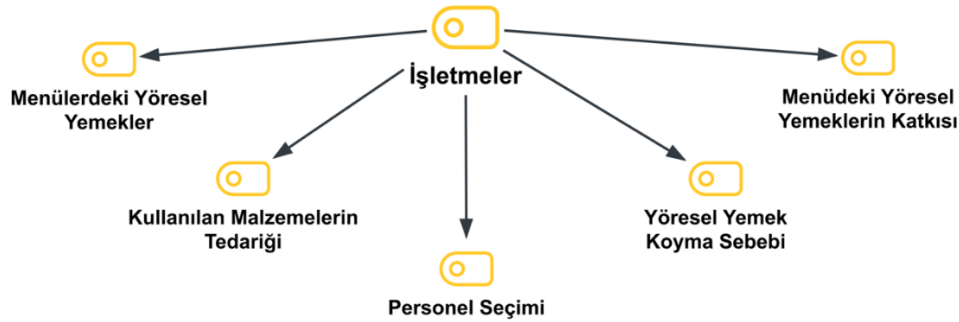
Tablo 2. Yiyecek içecek işletmeleri ile ilgili Bilgiler

Katılımcı	Yaşadığı Yer	Görevi
i1	Çaykara	İşletmeci
i2	Akçaabat	Mutfak Şefi
i3	Akçaabat	Şef Garson
i4	Akçaabat	İşletmeci
i5	Akçaabat	Ön Büro Müdürü
i6	Maçka	Mutfak Personeli
i7	Yomra	Mutfak Şefi
i8	Akçaabat	İşletmeci
i9	Ortahisar	İşletme Sahibi
i10	Araklı	İşletme Sahibi

Araştırma kapsamında Trabzon'un farklı ilçelerinde 10 farklı yiyecek işletmesinde görev yapan yiyecek ve içecekten sorumlu personel ve işletme sahiplerinden menülerinde yer alan yöresel yemekler, kullanılan malzemelerin ne şekilde tedarik edildiği, personel seçiminin ne şekilde gerçekleştiği, yöresel yemeklerin menüye katkısı ve menüye konuluş amacına yönelik elde edilen veriler değerlendirilmiştir. Bu noktada çalışma kapsamında oluşturulan işletmeler teması ve temaya ait kodlar Şekil 2'de verilmiştir.

İşletmeler Teması

Şekil 2. İşletmeler Teması



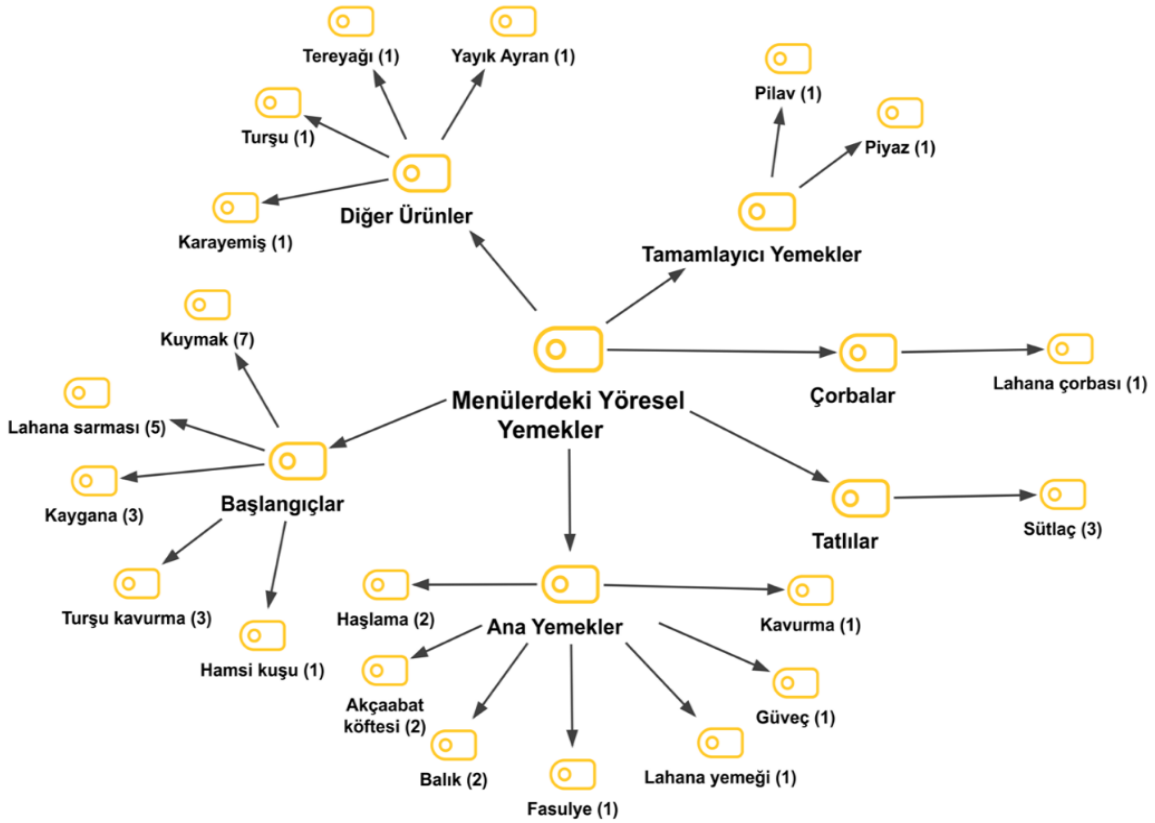
Çalışma kapsamında işletmeler temasına ait oluşturulan kodlar hiyerarşik bir şekilde Tablo 4'te belirtilmiştir.

Tablo 4. İşletmeler Teması

Temaya Ait Alt Kategoriler	
Menülerdeki Yöresel Yemekler	<ul style="list-style-type: none">• Çorbalar• Başlangıçlar• Ana yemekler• Tamamlayıcı yemekler• Diğer ürünler
Kullanılan Malzemelerin Tedariği	
Personel Seçimi	
Yöresel Yemeklere Menüde Yer Verme Sebebi Kategorisi	
Menüdeki Yöresel Yemeklerin Katkısı	

İşletmelerde görüşülen katılımcıların ifadeleri işletmeler teması altında toplanmıştır ve bu temaya ait kategorilerden *menüdeki yöresel yemekler* kategorisine ait bulgular Şekil 3'de sunulmuştur.

Menüdeki Yöresel Yemekler



Şekil 3. Menülerdeki Yöresel Yemekler Kategorisi

Çorbalar

İşletmelerin menülerinde yer verdikleri çorbalara yönelik ifadeleri çorbalar alt kategorisi altında kodlanmıştır. Çorbalar kategorisinde katılımcılar karalahana çorbası koduna yönelik ifade bulunmuştur. Katılımcılar bu konuya yönelik şunları belirtmiştir:

"..... Karalahana çorbası var ama çok tercih edilmiyor." İ1

Başlangıçlar

İşletmelerin menülerinde yer verdikleri başlangıçlara yönelik ifadeleri başlangıçlar alt kategorisi altında kodlanmıştır. Başlangıçlar kategorisinde katılımcıların en çok ifade buldukları kod kuymak kodudur. Konuyla ilişkili katılımcıların ifadeleri aşağıdaki gibidir:

"Şu an için kuymak var." İ5

Katılımcıların bu kategoride ifade ettiği bir diğer kod karalahana sarması kodudur. Katılımcıların konuyla ilişkili yorumları şu şekildedir:

"Karalahana sarması, kışın lahana yemeği oluyor. Et haşlamamız, kuru fasulye yerli olarak, tarladan toplayıp getirdiğimiz fasulyelerden elde ediyoruz. Et döneri de aynı şekilde yerli et oluyor. Bütün yemekler usta elinden çıkıyor. Karalahana sarmayı Merve Hanım yapıyor. Hamsiköy sütlacı. Sponsorumuz Uğur ustadır. Kuymağımız var. Kuymak görsel açıdan da bunu bilmeyen, odun taşı mesela koyarız, bunu neden koydunuz diye sorarlar. İçine telli bizim yaptığımız telli peynirleri koyuyoruz. Tereyağı da aynı şekilde." İ6

Katılımcılar başlangıçlar kategorisinde kaygana kodunu ifade etmişlerdir. Konuyla ilişkili katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

"Turşu kavurması, kaygana, karalahana sarması, kuymağımız var. Bunlar kahvaltı için geçerli özellikle. Akçaabat köftemiz var, Hamsiköy sütlacı var. Harici çok yöresel şeyimiz yok. Ürünlerimiz zaten geniş değil. 15-20 tane menüde ürün var. 6-7 tanesi yöresel." İ7

Bu kategori altında katılımcıların ifade ettikleri bir diğer kod ise kayganadır. Katılımcılar konuyla ilgili şu yorumları getirmiştir:

"Kuymak, kaygana, turşu kavurması, günlük çıkan balıklar, levrek buğulama yapıyoruz." İ3

Katılımcılar aynı zamanda hamsikuşu kodundan bahsetmiştir. Katılımcılar konuyla ilgili aşağıdaki yorumları yapmıştır:

"Hamsi kuşu, zeytinyağlı dolma, salata, turşu ve balığımız var." İ2

Ana Yemekler

İşletmelerin menülerinde yer verdikleri ana yemeklere yönelik ifadeleri ana yemekler alt kategorisi altında kodlanmıştır. Ana yemekler kategorisinde katılımcıların en çok ifadede buldukları kodlardan ilki haşlama kodudur. Katılımcılar bu konuya ilişkin şunları ifade etmiştir:

"Güveç, haşlama, hayvanın kemiğinin üstünde et bırakarak et paçamız var. Sütlacımız var bizim yöreye ait. Bir de kahvaltıda kuymağımız var." İ10

Aynı zamanda Akçaabat köfte kodu bu kategori altında belirtilmiştir. Katılımcılar bu konuya yönelik şunları belirtmiştir:

"Akçaabat'ta yöresel çeşitlerimizde vazgeçilmez olan köftemiz var. Bunjn yanında kuymak, piyaz, yayık ayranı. Bunlar yöresel şeyler. Ama daha çok şey var. Mesela tereyağımız, meyve kara yemişimiz meşhur." İ4

Katılımcıların bu kategoride ifade ettiği bir diğer kod balık kodudur. Konuyla ilişkili katılımcıların ifadeleri aşağıdaki gibidir:

"Hamsi kuşu, zeytinyağlı dolma, salat, turşu ve balığımız var." İ2

Katılımcılar ana yemekler kategorisinde fasulye ve kavurma kodunu ifade etmişlerdir. Katılımcıların konuyla ilişkili yorumları şu şekildedir:

"Bizde 167 seneden beri pilav ve kavurma var. Son 40 sendir et yemeyenlere özel et ürünleri olmayan fasulye ilave ettik. Turşu sonradan katılan bir şey. Buranın spesiyel içeceği de hoşaf. Yıllardır o verilmiş." İ9

Bu kategori altında katılımcıların ifade ettikleri bir diğer kod ise karalahana yemeğidir. Konuyla ilişkili katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

"..... kışın karalahana yemeği oluyor.....İ6

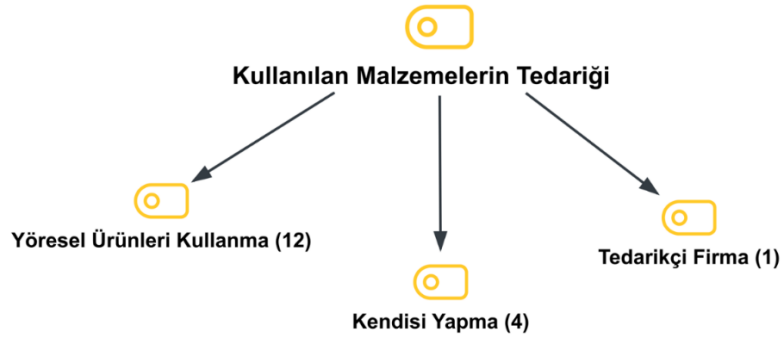
Tamamlayıcı Yemekler

İşletmelerin menülerinde yer verdikleri tamamlayıcı yemeklere yönelik ifadeleri tamamlayıcı yemekler alt kategorisi altında kodlanmıştır. Tamamlayıcı yemekler kategorisinde katılımcıların ifadede bulunduğu kodlardan ilki pilav kodudur. Katılımcılar konuyla ilgili şu yorumları getirmiştir:

"Bizde 167 seneden beri pilav ve kavurma var. Son 40 sendir et yemeyenlere özel et ürünleri olmayan fasulye ilave ettik. Turşu sonradan katılan bir şey. Buranın spesiyel içeceği de hoşaf. Yıllardır o verilmiş." İ9

İşletmeler teması altında yer alan kullanılan malzemelerin tedariki kategorine ait bulgular aşağıda belirtilmiştir.

Kullanılan Malzemelerin Tedariği



Şekil 4. Kullanılan Malzemelerin Tedariği Kategorisi

İşletmelerin kullandıkları malzemeleri tedarik ettikleri yerlere yönelik ifadeleri kullanılan malzemelerin tedariği kategorisi altında kodlanmıştır. Kullanılan malzemelerin tedariği kategorisinde katılımcıların en çok ifadede buldukları kod yöresel ürünleri kullanma kodudur. Katılımcılar konuyla ilgili şu yorumları getirmiştir:

"Burada zaten köy tereyağı, köy, tarlada olan ürünler kullanılıyor. Hazır market falan yok. Yöresel ama markalı." İ3

Katılımcıların bu kategoride ifade ettiği bir diğer kod kendisi yapma kodudur. Katılımcılar konuyla ilgili aşağıdaki yorumları yapmıştır:

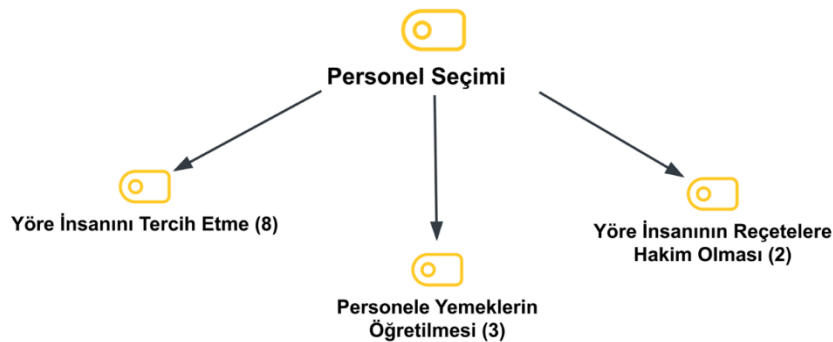
"Turşu kavurmayı kendimiz yapıyoruz. Trabzon gibi bir yerde dışarıdan mısır unu almak ya da tereyağı almak çok büyük bir hata olur. Dolayısıyla bunların her biri kendi yöresel ürünlerimiz. Keza kayganada kullanılan zagoda otu sadece Çaykarada yetişen bir bitkidir. Sütlaç yayla sütlaç yine bu yaylada yetişen hayvanların pastörize edilmemiş, sütlerinden kullanılan bir sütlaç. Fındık aynı şekilde." İ1

Katılımcılar kullanılan malzemelerin tedariği tedarikçi firma kodunu ifade etmişlerdir. Katılımcılar bu konuya ilişkin şunları ifade etmiştir:

"Daha geniş kapsamlıdır. Bir değil 17 tesisimiz var belediyeye ait. Bu tarz işletmeleri ihale usulu pazarlama işleriyle yaparlar. Bize de tedarikçi firmamız var oradan gelir ama temiz ve taze gelir. Öyle hazırlarız." İ8

İşletmeler temasında yer alan *personel seçimi* kategorisine ait bulgular aşağıda belirtilmiştir.

Personel Seçimi



Şekil 5. Personel Seçimi Kategorisi

İşletmelerin personel seçimlerini nasıl yaptıklarını yönelik ifadeleri personel seçimi kategorisi altında kodlanmıştır. Personel seçimi kategorisinde katılımcıların en çok ifadede buldukları kod yöre insanını tercih etme kodudur. Konuyla ilişkili katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

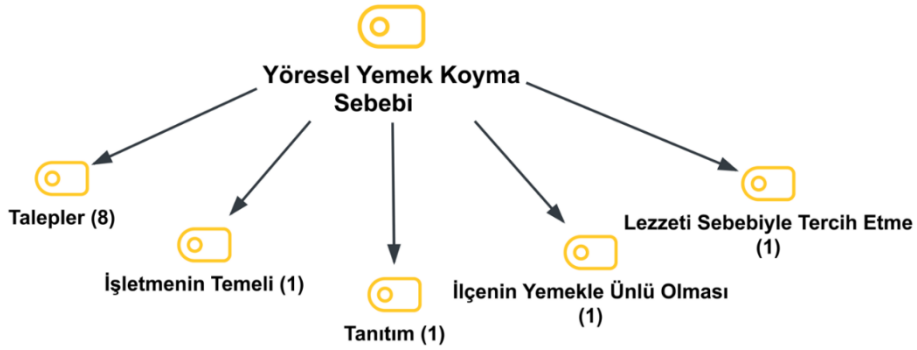
"Tabii ki. Özellikle bizim kendisinden bir isteğimiz var. Mesela biz alışverişini herhangi bir marketten yaptığımızı o tereyağı, kuymak peynirini anlayabilecek birisi olması lazım ki biz köyden alıyoruz." İ5

Bu kategori altında katılımcıların ifade ettikleri bir diğer kod ise personele yemeklerin öğretilmesidir. Katılımcılar bu konuya yönelik şunları belirtmiştir:

"Hepsi buralı. Bilmeyen ya da yeni başlayanlara en ince ayrıntısına kadar öğretmek zorundayız. Çünkü bu lezzet herkes tarafından aynı çıkmak zorunda. Eksik çıktığı zaman güzel bir durum olmuyor. Bu yüzden gelen herkese baştan sona öğretip kontrol ediyoruz. Standart çıkmak zorunda her şey." İ7

İşletmeler temasında yer alan yöresel yemeklere menüde yer verme sebebi kategorisine ait bulgular aşağıda belirtilmiştir.

Yöresel Yemek Koyma Sebebi



Şekil 6. Yöresel Yemeklere Menüde Yer Verme Sebebi Kategorisi

İşletmelerin menülerinde yöresel yemek bulunmasının sebeplerine ilişkin ifadeleri yöresel yemek koyma sebebi kategorisi altında kodlanmıştır. Yöresel yemek koyma sebebi kategorisinde katılımcıların en çok ifade de buldukları kod talepler kodudur. Konuyla ilişkili katılımcı ifadeleri aşağıda belirtilmiştir.

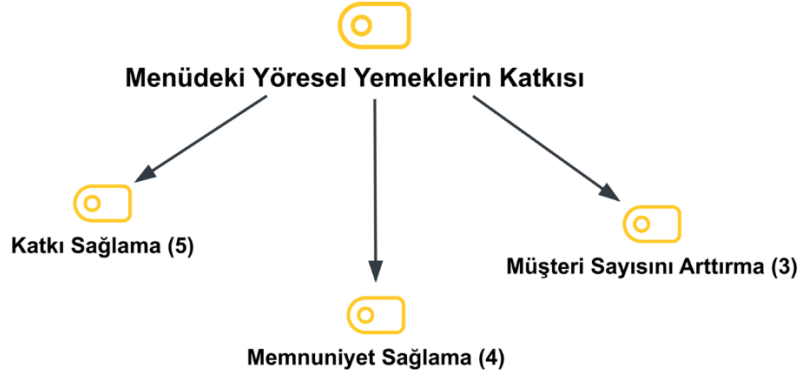
"Misafirlerin isteği, talepleri. Yerli turistler, Avrupa, Asya o şekilde misafirlerin kendi isteği üzerine yardımcı oluyoruz. Açık büfemiz var artık Trabzon'a özel bir şey istiyorlar. Biz de kuymak koyduk" İ5

Katılımcıların bu kategoride ifade ettiği bir diğer kod işletmenin temeli kodudur. Katılımcıların konuyla ilişkili yorumları şu şekildedir:

"Burası babadan oğula 5 kuşaktan beri devam eden bir müessese. Biz babadan, dededen, o babasından nasıl gördüyse onu yapıyor. 167 yıl önce de rahmetli dedem. Padişahın pilavcı başıymış. Buranın valisi bu pilavdan ümmetim de yemeli demesiyle küçük bir dükkan açılmış. Bir masa var herkes orada yiyip kalkıyor. Odur budur bu iş devam ediyor." İ9

İşletmeler temasında yer alan menüdeki yöresel yemeklerin katkısı kategorisine ait bulgular aşağıda ifade edilmiştir.

Menüdeki Yöresel Yemeklerin Katkısı



Şekil 7. Menüdeki Yöresel Yemeklerin Katkısı Kategorisi

Katılımcıların menülerindeki yöresel yemeklerin faydalarının neler olduğuna ilişkin ifadeleri menüdeki yöresel yemeklerin katkısı kategorisi altında kodlanmıştır. Menüdeki yöresel yemeklerin katkısı kategorisinde katılımcıların en çok ifadeye buldukları kod katkı sağlama kodudur. Katılımcılar bu konuya yönelik şunları belirtmiştir:

"Evet sağlıyor. Kendi yöremizin yemekleri olduğu için hem şehri tanıtmak için hem de otele katkısı oluyor. Bunları biz misafire sunduğumuzda lezzetine karşı daha çok gelme ve misafir yönlendirme oluyor." İ7

Aynı zamanda memnuniyet sağlama kodu bu kategori altında belirtilmiştir. Konuyla ilişkili katılımcıların ifadeleri aşağıdaki gibidir:

"Elbette katkı sağlıyor. Sadece yabancı değil yerli turist de gerek Google'daki yorumlar, gerek kendi aralarında çevrelere tavsiye şeklinde işte biz Şeflerin Yeri'ne gittik. Güzel karşılandık. Yöresel yemeklerin çoğunun tadına bakabildik. Tatlı olarak bize yayla sütü getirdiler. Turşu kavurması, muhlaması çok güzel gibi sadece misafirin hoşnut ayrılması değil, aynı zamanda çevresine uyandırdığı intiba da bizim için çok önemli." İ1

Katılımcıların bu kategoride ifade ettiği bir diğer kod müşteri sayısını arttırma kodudur. Katılımcıların konuyla ilişkili yorumları şu şekildedir:

"Evet sağlıyor. Kendi yöremizin yemekleri olduğu için hem şehri tanıtmak için hem de otele katkısı oluyor. Bunları biz misafire sunduğumuzda lezzetine karşı daha çok gelme ve misafir yönlendirme oluyor." İ7

Yerel Yöneticiler ile Yapılan Görüşmelere Ait Bulgular

Çalışma kapsamında görüşülen yerel yönetici katılımcıları ile ilgili bilgiler Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 1. Yerel Yöneticiler ile İlgili Bilgiler

Katılımcı	Yaşadığı Yer	Görevi
Y1	Beşikdüzü	Belediye Başkanı
Y2	Maçka	Belediye Başkanı
Y3	Dernekpazarı	Belediye Başkanı
Y4	Köprübaşı	Belediye Başkan Yardımcısı
Y5	Sürmene	Belediye Başkan Yardımcısı
Y6	Araklı	Belediye Başkan Vekili
Y7	Arsin	Belediye Başkanı

Tablo 2 incelendiğinde görüşülen yerel yöneticilerin 2'sinin Belediye Başkan Yardımcısı geri kalanlarının Belediye Başkanı oldukları görülmektedir.

Çalışma kapsamında görüşülen yerel yöneticiler Trabzon ili ve ilçelerinde gerçekleştirilen şenlikler, festivaller, yerel pazarlar gibi gastronomi aktiviteleri hakkında bilgilendirmeler yapmıştır. Aynı zamanda yerel mutfakta yer alan ürünler ile yöresel yemeklerin hazırlama yöntemleri hakkında bilgiler aktarmış olup, yapmış oldukları açıklamalar aşağıda sunulmuştur.

Yerel Yönetimler Teması

"Fasulye kızartması, onun bir de kavurması vardır. Bir de fasulyeyi haşlarlar ve kızartılır. Bir de onun kavurması yapılır. Sarımsaklı olur, çok önemlidir. Bir de tünür deriz biz, bezelyenin uçlarından, bezelyenin hem kavurması hem kızartması. Bezelyeyi haşlarlar, kızartırlar yine fasulye gibi aynı zamanda da kavururlar." Y1

"Tescilli ürünümüz sütlaç. Hamsiköy sütlacımız var tescilli ürünümüz" Y2

"..... Bizde salut dediğimiz şey var. Onu kullanır bu bölge. Onunla turşu yapar başka bir şey yapmaz..... Y3

"Daha önce yaptık. Festival değil de biraz eğlence tarzında Pazarcık mevkiinde, yaylalara giderken 3-4 kere Trabzon kültür turizmini orada yapmıştık. Orada yerel yemekler sunuluyor. Kimi evde yapıp getirmiş, sarma, Karalahana getirmiş. Karalahananın katsı, bir de sulusu vardır. Sulu karalahana biraz çorbamsı. Karalahanayı kesiyorlar, fasulye koyuyorlar içine çok az mısır unu da katıyorlar. Pişerken kudalla karıştırıyorlar sürekli. Çok sıvı da katı da olmuyor. Bu karalahana sulusu oluyor. Bir de onun sebze yemeği gibi katsı oluyor. Onda da kırılmış mısır, barbunya, fasulye oluyor. Karalahanayı da küçük küçük kesiyorlar. İç yağ koyuyorlar, kuyruk yağı. Hem sulu hem katıya koyuluyor." Y6

"Gastronomi anlamında bir şenliğimiz yok. Ama Trabzon bu sene ilk defa bir gastronomi etkinliği yaptılar. Biz de o anlamda Türkiye'de birkaç gurme, yazar ağırladık. Ama genel anlamda festival planımız yok." Y2

"Böyle yöresel ürünleri köy kadınlarımızla toparlayıp, onları kalitelendirip, üzerine de tereyağı. Şu tarihte Arsin'in, Holefter köyünde, şu kadın tarafından şu tarihte üretilmiştir etiketi basarak, bahsettiğimiz fındıklar falan ambalaj ve etiket farkıyla satabilmek. Bir kadının yağından, yoğurdundan, süründen memnunlarsa bir sonrakinde ondan isteyebilirler. Biz bunu bu şekilde farklı bir satışa sunmayı yapmak istiyoruz. Y7

"İç Anadolu'da genelde insanlar, aile komple çalışır, münferit çalışılır. Dolayısıyla çoluk çocukla birlikte çalışmaya giderler ama o arada gelip mutfakta yemek yapan birisi yok. Onu yaparken doğada hızlı hızlı yapabildiği lezzetler vardır." Y7

"Yemek olarak Karadeniz aynı. Karalahana yemeği ya da balık türü yemekler. Bunlar aynı. Karadeniz yemekleri her taraftaki gibi burada da aynı. Gorgota dediğimiz mısır yemeği, mısırla birlikte fasulye koyuluyor içine. Burada gorgota deniliyor. Ben İskenderun'da okudum üniversiteyi. Orada yemek kültürü bizden çok daha zengin. Urfalı, Maraşlı ev arkadaşlarım vardı. Sabah kalktıklarında bile acı yiyen insanlardı. Biz acı yemezdik orada tattım acıyı. Aldeniz, Doğu Anadolu gibi değil yani. Bildiğimiz kuru fasulye, nohut daha fazla. Et var. Bizim merada yetiştirdiğimiz ineklerin tadını başka yerde alamazsınız. Doğudaki ineklerden burada otlayan ineklerin et tadını alamazsınız. Daha lezzetli olur. Burada hayvana tuz da verilir, onun etkisi de var. Kıyılarda hayvancılık çok ön planda değil. Balık burada her tarafta tüketilir." Y4

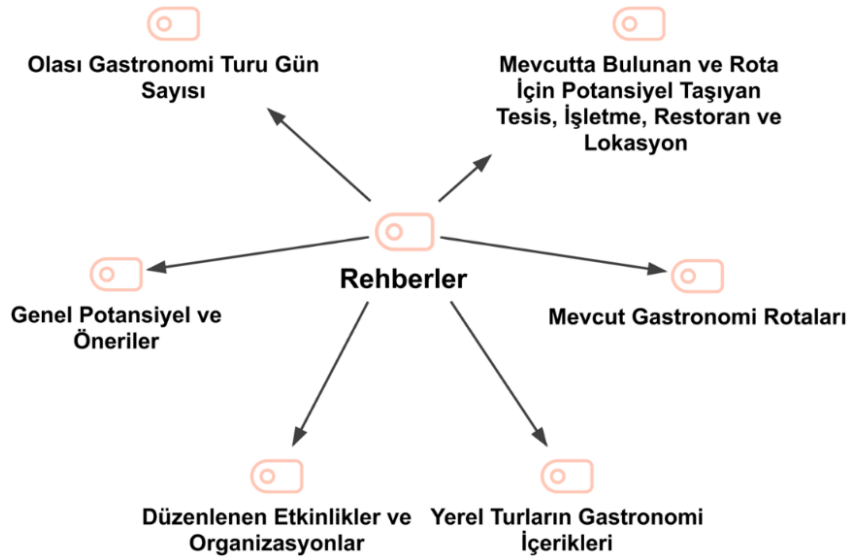
"Çok fazla kekik türü vardır. Özellikle Hamsiköy'de baytopi diye bir bitki var. Bir tek Hamsiköy'de Balahor yaylasında oluyor. Belirli dönemlerde yetişiyor. Ama bitki türü çok fazla var. Vargit deriz kimisi kardelen der, baharda pembe açar vargel, kışın beyaz açar vargit derler. Çok fazla bulunan bir bitki. Çok fazla çay derler muru olur aslında bir kekiktir. Yöre halkı demler. Mide hazımsızlığında birebirdir. Beyaz ve moru olur. Beyazı özellikle kekik yağına oranla daha lezzetlidir. Bazı kişiler kışın demler defalarca kaynatır içer. Adı yayla çayıdır. Genelde ot. Pazi kavururuz, fasulye yemeğimiz vardır, iç yağı koyarız. Kuyruk yağını da önce dibini yakarlar. Kavururken kullanırlar. Mısır unlu vurma karalahana deriz. Barbunya, fasulye dediğimiz içine koyulur. İnce doğrar yaparlar. Önceden kudalla yaparlar. Baharat sadece karabiber, kırmızı biber, tuz. Baharat olmaması mutfağımızın özelliğidir." Y2

"Çok hamur işi yoktur. Hamur deyince kuymak her yerde vardır, bir de peynirle yapılan muhlaması vardır. Turşusu vardır hızlı yapılan yemek olarak. Fasulyenin yemekleri vardır. Mısır, arpa, bunlar kullanılır yemeklerde. Karalahana, her türlü yemeği yapılır. Sarması, mısır unlu yemeği var, saf karalahana ve patatesle yapılan bir yemeği var. Yani karalahananın çeşidi daha çok. Eski kalan ve şu an kaybolan yemeklerimiz de var. Mesela kavut diye bir yemeğimiz vardı eskiden. Kavrulmuş arpa unundan yapılırdı. Unu kavururlar sonra tereyağından şerbet hazırlarlar. Ortasını açarlar şerbeti döküp, karıştırıp yiyorlar. Tatlı niyetine. Şimdi yok artık." Y3

Turist Rehberleri ile Yapılan Görüşmelere Ait Bulgular

Trabzon'da tura çıkan dokuz turist rehberleriyle gerçekleştirilen görüşmelerin odaklandığı ve rehberlerin görüş bildirdiği ana konu başlıkları Şekil 8.de sunulmuştur. Görüşülen turist rehberleri, Trabzon'da bulunan lezzetler, olası rotalar, oluşturulacak olan rotaların gün sayıları, şehrin gastronomik potansiyeli gibi ve şehirde düzenlenen ya da düzenlenebilecek olan festival/şenlik gibi aktiviteler ile ilgili bilgi ve görüşlerini aktarmıştır.

Turist Rehberleri Teması



Şekil 8. Turist Rehberleri Ana Başlıklar

Şekil 8'de gösterildiği üzere "Mevcut Gastronomi Rotaları" başlığı altında toparlanan katılımcı görüşleri göstermektedir ki; Trabzon'da hali hazırda mevcut bir gastronomi rotası bulunmamaktadır. Bu başlık altında rehberlerin yapmış oldukları yorumlar şu şekildedir:

"Şu an hali hazırda benim bildiğim gastronomi rotası adında bir oluşum yok ne bir acente duydum gastronomi rotası yapan ha benim bildiğim yok." R9

"Trabzon'da büyük gruplarla gezdiğimiz için haliyle gittiğimiz yerler var ama bunlar da Trabzon'un yöresel yemekleri ne kadar var orası şüpheli. Rota anlamında bir şey yok." R7

"Şu anda Trabzon'daki seyahat acentelerinde sunulan bir gastronomi rotası adı altında bir rota yok." R6

"Açıkçası gastronomi rotası yok. Yani bölgemiz ziyaret edenler gastronomi için ziyaret etmiyor. Ama geldikleri zaman tadabilecekleri yöresel yemekler var." R4

"Yerel gastronomi rotası şu anda yok." R5

“Trabzon’da bildiğim kadarıyla yerel gastronomi rotası yok. Ama geçtiğimiz yıllarda birkaç büyük acente yapmaya çalıştı. Muvaffak olduklarını düşünmüyorum çünkü devamı gelmedi.” R3

“Bildiğim kadarıyla yok. Olsa duyardım. Gastronomi rotalarını içeren bir tur programını şu ana kadar hiç görmedim.” R2

“Benim şu ana kadar yapmış olduğum turlarda böyle bir rota göremedim.” R1

Rehberlerle gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda Trabzon’da oluşturulacak gastronomi rotaları için “Mevcutta Bulunan ve Rota için Potansiyel Taşıyan Tesis, İşletme, Restoran ve Lokasyon”, “Yerel Turların Gastronomi İçerikleri”, “Düzenlenen Etkinlikler ve Organizasyonlar”, “Genel Potansiyel ve Öneriler”, “Olası Gastronomi Turu Gün Sayısı”, başlıkları altında öneriler ve mevcut durum değerlendirmelerinde bulunulmuştur.



Şekil 9. Mevcutta Bulunan ve Rota için Potansiyel Taşıyan Tesis, İşletme, Restoran ve Lokasyonlar

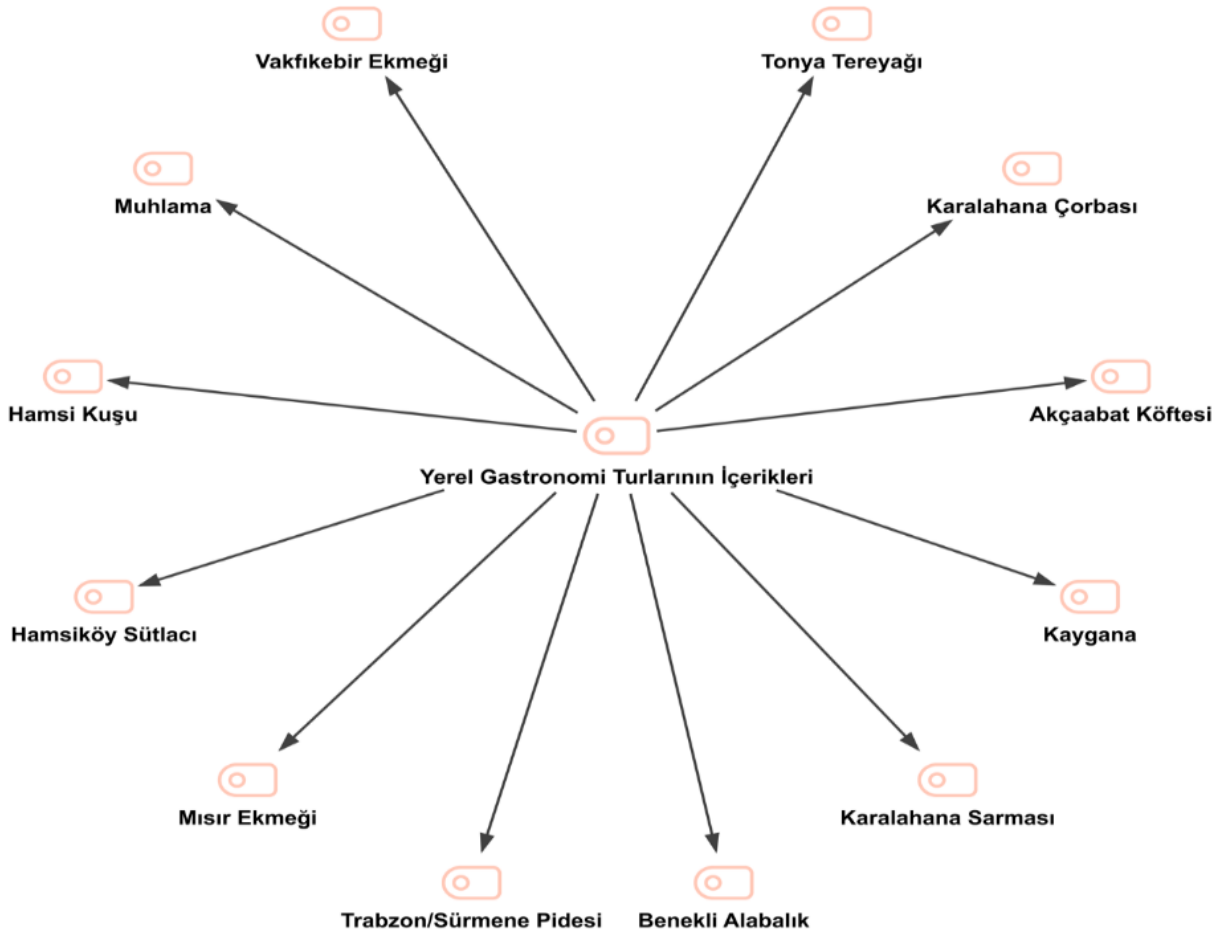
Mevcutta bulunan ve rota için potansiyel taşıyan işletmeler ile ilgili katılımcıların belirtmiş oldukları ifadelere ait alt kodlar Şekil 9'daki gibidir. Turist rehberleri tarafından toplamda 23 işletmenin hali hazırda turlar kapsamında ziyaret edildiği ve oluşturulacak gastronomi rotalarında da özellikle bu işletmelere yer verilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Katılımcılar bu konuya yönelik şunları belirtmiştir:

“Ama ne yapıyoruz biz işte Trabzon’da eğer sabah kahvaltısı yaparsak kahvaltıda mihlamanın en lezzetli olduğu yere gidip öğleyin kişiye göre işte pilav, buranın pilavıdır meşhur mesela Trabzon belki de Türkiye’nin çok kimse tarafından bilinmeyen ama isyanına sahip olan, Osmanlı ordusu içerisinde isyana sahip olan Kalkanoğlu pilavı vardır burada mesela benim lezzet duraklarımdan birisi orasıdır.” R8

“Hani buranın eski restoranları Trabzon’da bir pilavcı var mesela Kalkanoğlu. Beğenir beğenmez insan o şey değil ama ilginç. İlgi uyandırıyor yani. İlgi uyandırıyor bende bir program yazıp programa koymuştum Jolly tour falan koydu.” R9

“Çamburnu güzel. Köfteciler var bir sürü. Cemil’in yeri köfteci olarak güzel. Necla Hanımın Tatlıları, mutfağı meşhur. Yeni yerler açıldı. Yomra’da yeni açılmış küçük bir yer. Vereceği hizmete, kaliteye önem veriyor. Patates haşlamasından, kayanasına, turşu kavurmasına her şeyi muhteşemdi. Yomra’nın girişinde sağda bir yer. İstedikleri balık gibi balık yediler.” R1

“Ben genelde hani insanların bütçe sıkıntısı yok ise Trabzon’un Maçka ilçesinde Sümer restoran var. Genelde oraya gitmeye çalışıyorum oraya gidip rahat rahat yemeğimizi yiyoruz. Yemeğin ortasında şu gelmedi bu gelmedi gibi sorularla karşılamıyoruz. Güzel bir yer ama diğer işletmelere göre fiyat biraz daha pahalı. Kayanası güzeldir. Bunun haricinde sütlaç için Hamsiköy’de Osman usta var. Trabzon merkezde yine Kalkanoğlu pilavcısına gidiyoruz ama buraya küçük gruplarla gidiyoruz. Bunun haricinde et ve et ürünleri ızgara et köfte et vb. ürünlerde. Özdemir kasabı var. Orayı da değerlendiriyorum. Bütçe sıkıntısı yaşamayacak gruplarda tercih ediyorum. İskele restoran var. aman aman bir yer değil ama yine de işimizi görüyor. Zamanda önemli olduğu için işimizi görüyor. Kitle turizminde faydalı oluyor.” R3



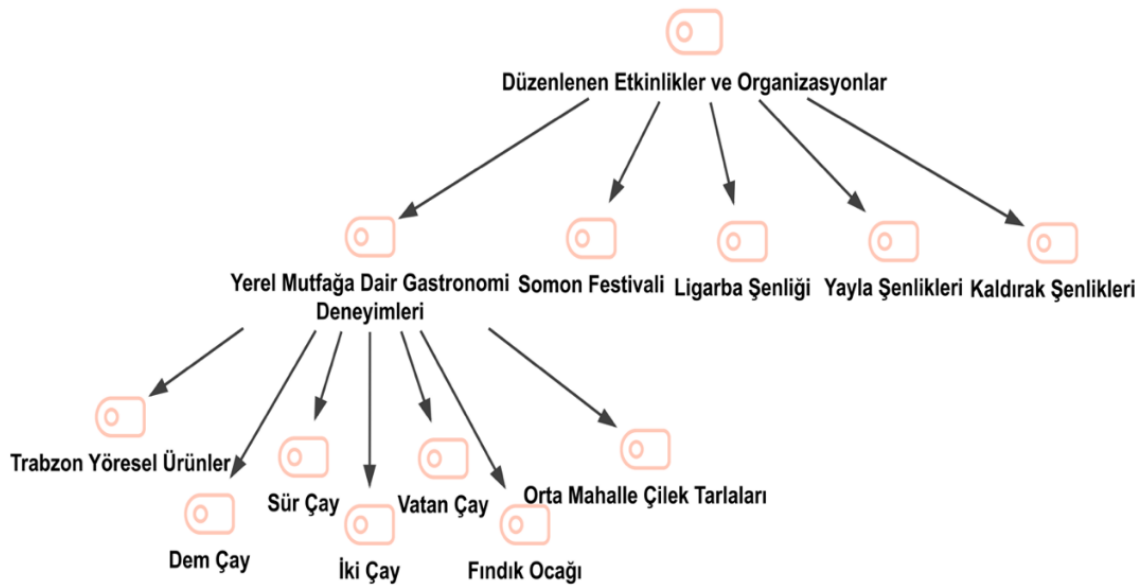
Şekil 10. Yerel Turların Gastronomi İçerikleri

Yerel turların gastronomi içerikleri ile ilgili katılımcıların belirtmiş oldukları ifadeler alt kodlar olarak Şekil '10da gösterilmiştir. Turist rehberleri tarafından toplamda 12 gastronomi ürün sıklıkla tekrarlanmış olup bu ürünlerin hali hazırda fırsat buldukça turlarda tadımının yapılmaya çalışıldığı ancak konu ile ilgili ne yazık ki işletmelerin yeterince tedarikli olmadığı sonucuna varılmıştır. Aynı zamanda oluşturulacak gastronomi rotalarında da özellikle yer verilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Katılımcıların konuyla ilişkili ifadeleri aşağıdaki gibidir:

“Daha çok balık şeyiyle geliyorlar. Hatta yazın Karadeniz turları yazın başlıyor. Nisan 15’den sonra eylül ekime kadar. E yazın biliyorsunuz sezon kapalı aslında balık yok yazın. Ama işte Trabzon’a geliyor Rize’ye geliyor nasıl burada hamsi olmaz durumu oluyor yani öyle bir ön bilgiyle geliyorlar. Ama biz onları neye yönlendiriyoruz Akçaabat köfteye yönlendiriyoruz. Buradaki tipik lezzeti işte. Onun dışında pide var. Sürmene ve şeyde Trabzon’da. Onu merak ediyorlar. Balık varsa eğer sezon ya da ne biliyim işte şey var Uzungöl’de bakmışsınızdır kırmızı benekli alabalık. İşte buranın alabalık türüdür diye. Bide şeyler yerel lezzetler işte karalahana dolması karalahana çorbası, hatta yaz sıcaklarında tüketilmiyor aslında ama merak ediyor insanlar. Bakmak istiyorlar bizde yönlendiriyoruz.” R9

“Yerel yemeklerdir. Özellikle burada ne var bilinen. Muhtemelen bir coğrafi işaret de almıştır. Akçaabat köfte vardır, kuymak vardır, Trabzon pidesi, Karalahana Sarması vardır. Sürmene pidesi Sürmene’de yapılıyor ama Trabzon pidesi daha bana göre açıkçası. Sürmene pidesi ile Trabzon pidesi arasında pek bir farklılık yoktur aslında. Trabzon pidesi sabah kahvaltısında tüketilen peynirli pide vardır, daha sonraki öğünlerde de kavurmalı ve kıymalı yapılır.” R5

“Köfte için Akçaabat’a gideriz. Köfte için grupların gittiği büyük mekanlar Nihat Usta, Cemil Usta, Körfez Köfte var. Daha az insanın bildiği güzel köftelerin olduğu Kamiloğlu Köfte var. Pide olarak Sürmene’de Bozo Pidecilik, Yılmaz Pide var. Trabzon merkezde Rüştü’nün Fırını var çok bilinir. Ayrıca Trabzon Merkezde birkaç şubesi olan büyük grupları ağırlayabilen Merkez Kefün Pidecilik, Asrın Pide, Terminal Pide var. Hatta Terminal pidenin yeni şubesinde Pegasus’un kaza yapan bir uçağı bulunuyor. Hamsiköy sütlaç için Hamsiköy’e çıkarsınız. Nevzat Usta, Uğur Usta, Metin Usta var. Pervanoğulları, Pervanlar var. Pervanoğulları ve Pervanlar eskiden beri en çok sütlacı tanıtan işletmelerdir. Laz Böreğini en güzel Necla Hanım’da yersiniz. Balık için Bordo Mavi balık var. Şu an için çok revaçta. Hatta sahibi fenomen oldu. Dubai’de bir şube açtı. Tirvana Balık var hatta orda alkolde var. Trabzon’da restoranların çok azında alkol var. O yüzden alkolde tüketmek isteyenler Tirvana Balığa gider. Lazvegas balık var. Kahvaltıyı hemen hemen tüm köfteciler veriyor. Ek ücret verilerek kaygana da sıcakları da alırsınız.” R2



Şekil 11. Düzenlenen Etkinlikler ve Organizasyonlar

Düzenlenen etkinlikler ve organizasyonlar ile ilgili katılımcıların belirtmiş oldukları ifadelerle ilişkin alt kodlar olarak Şekil 11’de sunulmuştur. Turist rehberleri tarafından toplamda dört farklı festival ile yedi farklı deneyimsel etkinliğin varlığından bahsedilmiştir. Bu etkinlikler ve festivallerin gastronomi rotalarına eklenebileceğini ifade etmişlerdir. Katılımcılar konuyla ilgili aşağıdaki yorumları yapmıştır:

“Her turda çay fabrikalarına gireriz. Rize denince akla çay gelir ama yaz aylarında bölgeye toplamda nerdeyse 500 tur girer anca bu turların yaklaşık 490 turun Trabzon’da çay fabrikalarına girer. Rize bu anlamda çaya hizmet etmez. 490 turun tamamı Trabzon’da Sürmene ya da Araklı’da çay fabrikalarına girer. Bunlar özel fabrikalardır, Rize’deki gibi devlet

değil. Bunlar bahçeyi gezdirir, üretim tesisini gezdirir ve sonunda çay satışı yapar. Vatan Çay(Araklı), İki Çay(Sürmene), Sür Çay(Sürmene), Dem Çay (Of). Bunlar gastronomi rotalarına eklenebilir.” R5

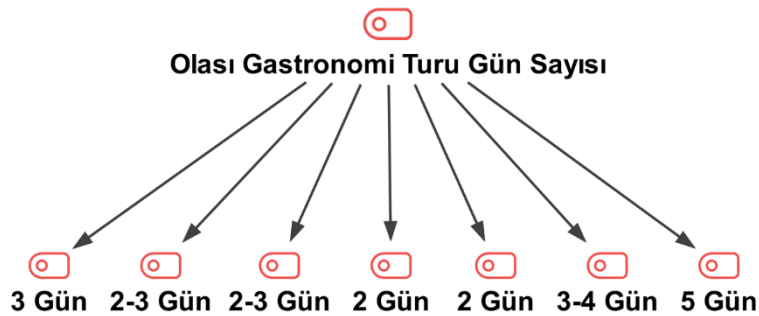
“Aslında Trabzon içinde sadece gastronomi üzerine yapılan şenlik yok. Ama her ilçenin kendi yaylası vardır. Her yaylanın da belli dönemlerde kendi şenlikleri var. Yayla şenliklerinde bölgedeki yaylacılar kendilerine has yaptıkları ürünleri sergilerler ve satarlar. Arıcılık bu bölgede çok revaçtadır. Ligarba şenlikleri olabiliyor. Ligarba yaban mersinidir. Karayemiş vardır bölgeye özgü. Bu ürünler vardır ama bunlar için ayrı ayrı şenlik düzenlenmez yayla şenliklerinde içerisinde onlarda sunulur. Trabzon dışında her yıl Ankara ve İstanbul’da Trabzon şenlikleri düzenlenir. Bu şenliklerde hamsi, köfte, mısır ekmeği, kuymak orda insanlara sunulur.” R2

“Yöresel ürünler var. Sürmene yol üzerinde Araklı da. Recep var şeyde Akçakale tarafında. İkisinde de var birbirleri ile rekabeti geliştirmede. Rekabet muhteşem bir şey. Birbirlerini aşılıyorlar hangisi daha lezzetli diye şey yapıyorsun.” R8

“Bir ara çilekli ilgili vardı. Orta mahalle taraflarında çilek tarlaları vardı. Oraya çilek toplama yeri deniliyordu. Ama fındık toplama etkinlikleri de yapılabilir. Mesela Ordu da bir sürü fındık bahçeleri var. Burada da olsa keşke. Turistlerde durup toplamak istiyor. Özellikle kara yemiş var Karadeniz’de. Ben hiçbir yerde bulamıyorum akrabalarımın toplatıp turistlerime ikram ediyorum. Karayemiş yemeden bakıp giden de çok fazla var. Durulsun toplanılsın isteniyor ama otobüsler durmuyor.” R1

“Çay fabrikasına gidiliyor. Bu olay çok güzel ve çay fabrikaları bu anlamda kendini yeniliyor. Çünkü, aralarında bir yarış/rekabet var ve bu durum da tabii ki onları geliştiriyor. Çayın nasıl yapıldığını anlatıyor, çaylığa götüren var çayların nasıl yetiştiğini anlatıyor bildiğiniz ders yapıyorlar. Çay fabrikasını gezdirip üretimi anlatıyorlar. Sonrasında o insanlara çay servisi yapılıyor yayla çayı gösteriliyor, normal çay gösteriliyor sonrasında ürün satışı gerçekleştirilip gösterim bitiyor. Bu işin sonunda insanlar çayı öğreniyor. Bu turlar Araklı’dan başlıyor acente hangisi ile anlaştıysa ona gidiliyor. Pakete horon koyanlar var. Çay fabrikalarında o kültür görülüyor. Araklı’da Vatan Çay Fabrikası var. Dem Çay var Of’ta.” R7

“Şu an için sadece çikolata workshopu yapan var. Bunu yapan kişide birkaç ay önce fındık ocağı markasıyla kadın girişimci ödülünü aldılar. Köylerinde konaklarının önünde hem şenliklerini hem çikolatalarını yapıyorlar. Bütün yıl boyunca hem ülke içine hem de ülke dışına ihraç ediyorlar. Yöresel ürünlerin satıldığı dükkanlar var. Trabzon’da merkezde uzun sokakta “Beton Helva” adıyla bir dükkân var. Benim misafirlerim yabancı misafirlerim geldiğinde ben onlarla uzun sokakta yürürken mutlaka oraya uğrar hem helva hem dondurma alırız. Trabzon’un en iyi dondurmalarını onlar yapar. Biraz daha ilerleyince sokağın diğer ucunda pestil, köme satan bir dükkâna girer orada da tadımlık bir şeyler alırız.” R2



Şekil 12. Olası Gastronomi Turu Gün Sayısı

Olası gastronomi turu gün sayısı koduna dair turist rehberleri bu konuya yönelik şunları belirtmiştir:

“Kimisi 2-3 gün geliyor ama yetmez. 5 gün ideal ama yaylalarda varsa 6-7 gün olabilir gün sayısı uzar. 5 gün genel rotalar için 6-7 gün detaylı rotalar için yeterli.” R1

“Bence gastronomi turları, tamamımız sadece gastronomi ve alanımız sadece Trabzon’sa dolu dolu yapılacaksa 3-4 gündür.” R2

“Sadece Trabzon için bir gastronomi rotası oluştursak 2 gün yeterlidir.” R4

“En az 2 gün 3 gün de olabilir. Geldiği zaman kuymağı muhlamayı, ezmeyi ya da turşu kavurmasını yaylada yedirebilirsiniz. Bir yayla yaklaşık bir gününüzü alacaktır. Şehir içerisinde gastronomi gezileri yapılacak tabii onu haricinde kültürel anlamda da gezilecek mesel: Ayasofya, Sümela, Sera Gölü, Uzungöl, Atatürk Köşkü, Çal Mağarası vb. 3 günü bulacaktır.” R5

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Yiyecek ve içecek işletmelerinde sunulan bazı ürünlerin rehberler ve yerel yöneticilerin aktarmış olduğu ürünlerle örtüştüğü ancak yeterli sayıda olmadığı sonucuna varılmıştır. Turist rehberleriyle yapılan görüşmeler sonucunda Trabzon’da gerçekleştirilen turlarda gelen turistlerin beklentilerinin ne olduğu ve hangi yemeklerin turlarda değerlendirilebileceği ortaya konmuştur. Rehberlerden ve yerel yöneticilerden elde edilen bulgular işletme menülerinde yer almayan ancak Trabzon mutfağını temsil eden yeni yöresel ürünlerin eklenmesinin faydalı olacağı sonucuna varılmıştır.

Özellikle turist rehberlerinin önerileri doğrultusunda Trabzon ilinde Hayrat ilçesinde yer alan “Fındık Ocağı”, Akçaabat ilçesinde yer alan “Çilek Tarlası”, Dernekpazarı ilçesinde yer alan “Su Değirmeni” ve Of ilçesinde yer alan “Çay Fabrikası” gibi gastronomi deneyiminin yaşatılabileceği noktaların gastronomi rotaları kapsamında değerlendirilebileceği düşünülmektedir. Ayrıca Beşikdüzü ilçesinde yer alan Beşikdağ Tabiat Parkı ve bu parka ulaşımı kolaylaştıran teleferik ile ilçede turistik bir hareketlilik oluşturularak gastronomik unsurların sunulabileceği, Arsin ilçesinde yer alan Halefter ve Ligene köy pazarında sunulan yerel ürünlerin ilgi uyandıracacağı sonucuna varılmıştır. Şehirde oldukça fazla yaylanın yer alması yayla şenlikleri ve gastronominin bir araya getirilebileceğini düşündürmekle birlikte Düzköy ilçesinde yer alan Haçkalı Yaylası’nın bu kapsamda değerlendirilerek gastronomi rotalarına dahil edilebileceği düşünülmektedir. Şehirde uzun yıllardır gelenek olarak devam eden Kalandar Gecesi, o gece gerçekleştirilen eğlencelerin ve ikram edilen Kalandar Çöreğinin ziyaretçiler açısından ilgi uyandırıcı olacağı ve gastronomi rotalarında değerlendirilebileceği sonucuna varılmıştır.

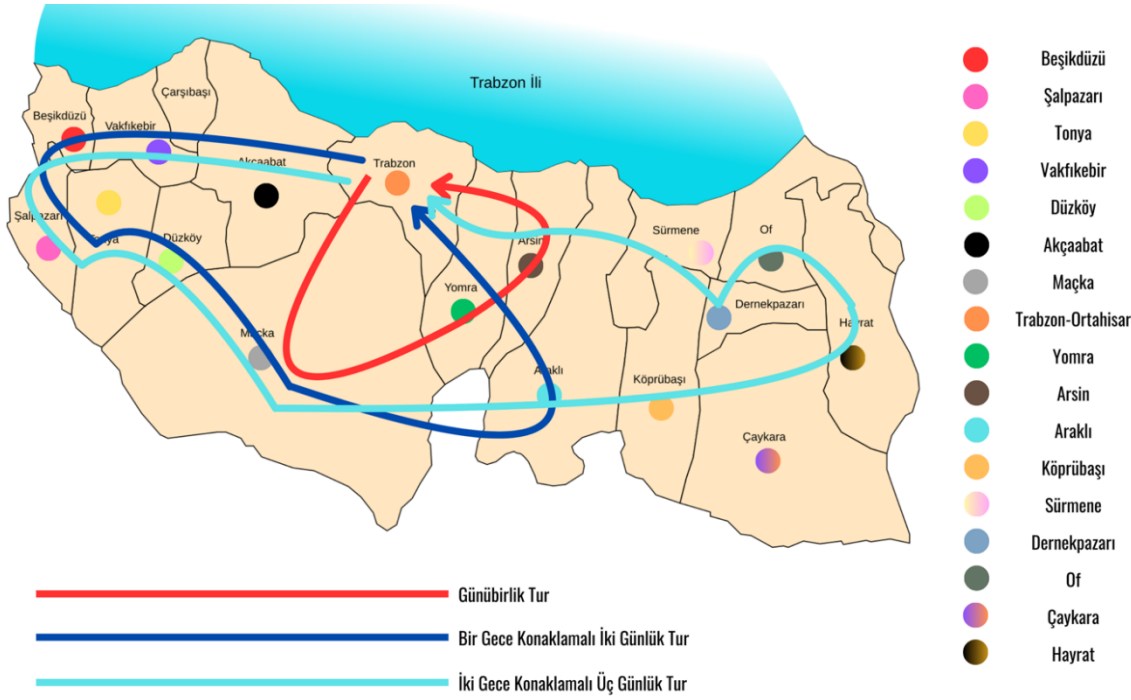
Deneyimsel gastronomi aktiviteleri haricinde hali hazırda yörede var olan “Tonya Tereyağı”, “Vakfıkebir Ekmeği”, “Akçaabat Köfte”, “Hamsiköy Sütlacı” gibi coğrafi işaretli ürünlerin gerek sunumu gerek üretim sürecinin değerlendirilebileceği düşünülmektedir. Ayrıca Ortahisar ilçesinde yer alan tarihi Kalkanoglu Pilav tesisi, beton helva ve kuymak, Araklı ilçesinde Aho peyniri, Çaykara ilçesinde benekli alabalık, Maçka ilçesinde zigana mevkiinde özellikle kırmızı etin tüketiminin gerçekleştirilebileceği bu ürünlerle ilçelerin gastronomi rotalarına eklenebileceği düşünülmektedir.

Aynı zamanda Trabzon’da Köprübaşı ilçesinde yaşatılan tahta mutfak ekipmanlarının üretim süreci, Sürmene ilçesinde devam eden ürmene bıçağı üretimi ve Şalpazarı ilçesinde Çepniler tarafından üretimi halen gerçekleştirilen Ağasar Elbiseleri de dahil olmak üzere yöresel mutfak ekipmanları ve kıyafetlerin ziyaretçiler açısından ilgi uyandıracığı düşünülmektedir.

Gastronomi rotalarının temel bakış açısı; bölge, topluluk ya da etnik grupların kimliklerinin tanımlanması, üretim ve tüketim süreçlerinin bütünü benimsenmesi, atalardan kalan eski yöntem ve reçetelerin ortaya çıkarılması, ürün çeşitliliğinin sürdürülebilirliğinin sağlanması, geleneksel mutfak unsurlarının kullanılması, araştırmanın teşvik edilmesi ve kaynakların geliştirilmesine katkı sağlanması olarak bilinmektedir (Meyer, 2004). Bu bakış açısıyla çalışma kapsamında oluşturulan öneriler Trabzon’un kültürel kimliğine ait ritüellerin deneyimlenebilmesi, ekipman ve üretim mekanlarının gezilebilmesi, üretim tesislerinde sürecin takip edilebilmesi, yöreye has ürün çeşitliliğinin ortaya konularak gün yüzüne çıkarılması, yerel kaynakların kullanılarak geliştirilmesine katkı sağlanması, eski nesilden aktarılan reçete, ürün ve üretim tekniklerinin tanıtılması yaklaşımıyla belirlenmiştir.

Gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda günübirlik ve konaklamalı alternatifler oluşturularak Şekil 13'te belirtilen gastronomi rotalarının oluşturulması önerilebilir.

Şekil 13. Trabzon Gastronomi Rotaları



Ayrıca elde edilen bulgulara göre aşağıdaki öneriler de sunulabilir.

-İşletmelere Yönelik Öneriler

- Her ilçe kendi bünyesinde birtakım etkinlikler düzenlemektedir. Ancak bu etkinlikler bir bütün olarak ele alınmalı ve çok daha sistematik hale getirilmelidir.
- Oldukça turistik bir şehir olan Trabzon'da yer alan yiyecek içecek işletmelerinin menüleri belirlenirken Türkiye'nin geri kalanında bulunabilecek ve tüketilebilecek ürünlerin haricinde yöreye özgü ürünlerin çeşitliliğinin artırılması önerilebilir.
- Yalnız ekonomik kazanç sağlamaya yönelik değil aynı zamanda sürdürülebilirliği sağlamaya yönelik girişimler gerçekleştirilerek yerel pazarlar, yerel üreticiler ve kırsaldan alışverişler yapılarak yöresel ürün ve yemeklerin sunumunda kullanılması önerilebilir.
- Kırsal kalkınmanın sağlanabilmesi amacıyla Türkiye'nin pek çok yerinde uygulanan köylerde yerel halkın kendi evlerinde sundukları otelcilik ve yiyecek içecek hizmetlerinin uygun olan ilçelerde hayata geçirilmesi için girişimcilerin ve yerel yönetimlerin cesaretlendirilmesi önerilebilir.

-Yerel Yönetimlere Yönelik Öneriler

- Yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, turizm acenteleri ve turist rehberleriyle bir araya gelinerek şehri ziyaret eden turistlerin beklentilerinin belli çerçeve ve sınırlar içerisinde karşılanabilmesi adına toplantılar gerçekleştirilerek turizm master planı hazırlanması önem taşımaktadır. Hazırlanacak plan çerçevesinde belirlenen ürünler ve yemekler menülere eklenerek, ürün devamlılığının da sağlanabileceği bir yaklaşımla yılın 12 ayına yayılacak şekilde düzenlenmelerin yapılması önerilebilir.
- Şehirde hali hazırda var olan Trabzon Şehir Müzesi içerisinde yer alan Trabzon mutfak kültürü ile ilgili kısmın tanıtımı yapılabilir. Aynı zamanda bu denli fazla ürün çeşitliliğine sahip olan bir şehrin gastronomi rotalarına eklenebilmesi ve şehir dışından gelen ziyaretçilere tanıtılabilmesi adına bir gastronomi müzesinin kurulabilmesi için çalışmalar gerçekleştirilebilir.

- Şehirde hali hazırda var olan şenlik ve festival gibi büyük kitlelere hitap eden etkinliklerde şehrin gastronomik unsurları ile hazırlanan gastronomi rotaları tanıtılabilir ve gastronomi turistlerinin dikkati şehre çekilebilir.

- Turist Rehberlerine Yönelik Öneriler

- Deneyimsel gastronominin en önemli çekicilik unsurlarından biri olduğu bilinmekle birlikte oldukça zengin bir kırsal faaliyetler bütünü bünyesinde bulunduran Trabzon şehrinde bu gibi aktivitelerin oluşturulması/geliştirilmesi için girişimlerde bulunulması önerilebilir.
- Şehir mutfağının sebze ağırlıklı olması sebebiyle ileriye dönük vegan, vejetaryen beslenme hassasiyetine sahip bireylere yönelik özel gastronomi rotaları belirlenebilir.
- Hazırlanan gastronomi rotalarının hayata geçirilmesi için turist rehberleri, il kültür müdürlüğü ve ilçe belediyeleri ve yerel yiyecek içecek işletmeleriyle iş birliği çalışmaları yürütülebilir. Böylelikle şehir ilerleyen zamanda gerçekleştirilecek gastronomi turları için hazır hale getirilebilir.

KAYNAKÇA

Ademoğlu, A. (2023). Gastronomi Tur Deneyiminde Kuşakların Rolü: Gaziantep Örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(3), 2573–2598.

Bakkaloğlu, Z. ve Şen M.A. (2024). Göç Faktörünün Mutfak Kültürüne Etkisi: Trabzon Örneği. *Aydın Gastronomy*, 8(1), 155-168.

Bayram, M. ve Yaylı, A. (2009). Otel Web Sitelerinin İçerik Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(27), 347-379.

Belber, B.G. ve Kamış, M.D., (2022). Gastronomi Turizminin Sürdürülebilirliğinde, Gastronomi Rotalarının Önemi. Çukurova 8th. International Scientific Researches Conference, Adana.

Bilgin, N. (2006). Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Boyatzis, R.E. (1998). *Transforming Qualitative Information: Thematic Analysis and Code Development*. Sage.

Corigliano, A. (2002). *The Route to Quality: Italian Gastronomy Networks in Operations*. A. M. Hjalager &ve G. Richards (Eds.), *Tourism and Gastronomy*, 166–185. London: Routledge.

Creswell, J.W. (2023). *Nitel Araştırma Yöntemleri Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Çatakli, S. ve Yıldırğan, R. (2021). Destinasyon Markalaşmasında Gastronomi Turizminin Rolü: Trabzon İli Üzerine Bir Araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(4): 2506-2521.

Çelebi, M. (2023). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Yayıncılık.

Çevik, S., ve Yıldırım Saçılık, M. (2024). A New Gastronomic Route Encompassing Oleo Tourism and Wine Tourism Along the Olive Corridor of South Marmara in Türkiye. *Tourism and Heritage Journal*, 5, 56–79.

Dost, E. (2018). Kültürel Değişim Bağlamında Trabzon-Şalpaazarı Çepni Mutfağı. *Studies of the Ottoman Domain*, 8(14), 159-178.

Düzgün, E. (2022). Kültür Turlarında Gastronomik Ürünlerin Tercih Edilmesinde Turist Rehberlerinin Önemi. *Hitit Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1), 120-141.

Espinosa, D.R.G., Parra, I.M.M., Segura, S.G.T. ve Avalos, D.A.H. (2022). Sustainable Management in Gastronomic Heritage Tourist Routes. *Journal of Positive School Psychology*, 6(2S), 337-353.

Gülmez, M., Babür, S. ve Yirik, Ş. (2012). Turizmde Destinasyon Markalaşması ve Alanya Örneği, 1. Disiplinler Arası Turizm Araştırmaları Kongresi, 15-18 Nisan, Antalya: Akdeniz Üniversitesi Alanya İşletme Fakültesi, 1-14.

Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Hall, M. ve Sharples, L. (2003). *The Consumption of Experiences or the Experience of Consumption? An Introduction to the Tourism of Taste*. C.M. Hall, L. Sharpless (Eds.), *R. Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*, 58.

- Ignatov, E. ve Smith, S. (2006). Segmenting Canadian Culinary Tourists. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 235-255.
- Kargiglioğlu, Ş., Erkol Bayram, G. ve Çetin, Y. (2019). Gastronomi Turlarının Coğrafi İşaretli Ürünler Aracılığı ile Oluşturulması: Batı Karadeniz Turları Örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 3(4), 624-639.
- Kervankıran, İ. ve Çuhadar, M. (2014). Turizm Rotalarının Oluşturulmasında Coğrafi Bilgi Sistemlerinin Önemi. III. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi, 04-05 Nisan 2014, Aydın, ss:576-589.
- LeCompte, M.D. ve Preissle, J. (1993). *Ethnography and Qualitative Design in Education Research*. Orlando, FL: Academic Press.
- Lourens, M. (2007). Route Tourism: A Roadmap for Successful Destinations and Local Economic Development. *Development Southern Africa*, 24 (3), 475-489.
- Maviş, F. (2003). *Endüstriyel Yiyecek Üretimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Merriam, S.B. (2023). *Nitel Araştırma Desen ve Uygulama için Bir Rehber*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık
- Meyer, D. (2004). Tourism Routes and Gateways: Key Issues for the Development of Tourism Routes and Gateways and Their Potential for Pro-Poor Tourism. ODI discussion paper.<https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=1d5f14ef5e59ece4d71e275134573842a5af9b71>
- Mutlu, H. ve Sandıkçı, M. (2024). Gastronomi Rotaları ve Önemi: Afyonkarahisar Örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(4), 3233-3261.
- Oğuz, S., Haseki, M.İ. ve Buzcu, Z. (2020). The Effect of Gastronomy Brand Value Components on Travel Intention: A Case of a Route. *International Journal of Economics and Innovation*, 6(2), 276-295.
- Sezer, E. (2017). Kültür Turizmi ve Gastronomi Turları Düzenleyen Seyahat Acentaları Üzerinde Tüketici Talep Boyutuyla İlgili Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2016). Yöresel Mutfak Unsurlarının Turizm Destinasyonu Seçimindeki Rolü (Mudurnu Örneği), *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(29), 90.
- Şimşek, A. (2022). Establishing a Seafood Route on the Abana-Inebolu-Cide Coastline and Bringing it to Tourism. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12 (1): 93-100.
- Tight, M. (2010). The Curious Case of Case Study: A viewpoint. *International Journal of Social Research Methodology*, 13(4), 329-339.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2021). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.