

Kırsal Turizm Bölgelerini Ziyaret Eden Turistlerin Bölge Mutfağına Yönelik Görüşleri: Doğu Karadeniz Mutfağı

Esra CESUR^{1*}, Cevdet AVCIKURT²

¹Avrasya Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü, Trabzon, Türkiye

²Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir, Türkiye

*Sorumlu Yazar:

E-posta: esra.cesur@avrasya.edu.tr

Geliş Tarihi: 10 Nisan 2018

Kabul Tarihi: 23 Mayıs 2018

Özet

Kırsal turizm bölgelerine gerçekleştirilen ziyaretlerde bölgelerin sahip olduğu en önemli çekicilik unsurlarından biri de mutfak kültürüdür. Günümüzde turistlerin, kırsal turizm bölgelerinde hazırlanmış yöresel gıdaları tanımak ve tatmak istemesi seyahat tercihlerinde mutfak kültürünü önemli bir tercih nedeni haline getirmiştir. Bu bağlamda önemli bir kırsal turizm bölgesi olan Doğu Karadeniz'de mutfak kültürü bölge turizmine değer katabilecek düzeydedir. Doğu Karadeniz mutfağına özgü yiyeceklerin avantajlı yönü doğal yollarla elde edilmesidir. Bu avantajın kullanılması, bölgeyi hem turistler için çekici hale getirmekte hem de ziyaretçi sayısında artış yaşanmasını sağlamaktadır. Çalışmanın amacı, Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden yerli turistlerin bölge mutfağına ilişkin görüş, tutum ve davranışlarını belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda, ilgili alanyazın taraması yapıldıktan sonra oluşturulan anket formu aracılığı ile Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden 600 yerli turistlerin bölge mutfağına ilişkin görüşleri belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmada elde edilen verilerin analizinde tanımlayıcı istatistikler, t testi ve tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden yerli turistlerin bölge mutfağına ilişkin görüşlerinin olumlu yönde olduğu ve genel olarak beğenildiği belirlenmiştir. Ayrıca, bölge mutfağına ait yöresel yemeklerin merak edilip tadılmak istendiği ancak bölgedeki restoran ve konaklama işletmelerinde yöresel yemek sunumunun oldukça sınırlı olması nedeniyle yeterince tanınıp deneyimlenemediği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kırsal turizm, Mutfak kültürü, Doğu Karadeniz Mutfağı

The Opinions of the Tourists on Rural Area Local Cuisine: Eastern Blacksea Cuisine

Abstract

Culinary culture is one of the most important factors of attraction that regions have in the visits to rural tourism regions. Nowadays, tourists' desire to recognize and taste local food prepared in rural tourism regions has made culinary culture an important reason of preference in travel destinations. In this context, culinary culture in the Eastern Black Sea, which is an important rural tourism region, is at a level that can be valuable to regional tourism. The advantage of food specific to Eastern Black Sea cuisine is that it is obtained by natural means. The use of this advantage not only makes the region attractive to tourists, but also increases the number of visitors. The aim of this study is to determine the views, attitudes and behaviours of local tourists on local cuisine who visit the region. Accordingly, after completing the related literature review, a questionnaire form on regional cuisine was created to identify the views of 600 local tourists who visited Eastern Black Sea Region. The data gathered from the study were analysed using descriptive statistics, t test and one-way analysis of variance. At the end of this study, the views of the local tourists that visited Eastern Black Sea Region regarding the regional cuisine were found to be positive and approval-oriented in general. Furthermore, it was discovered that the foods of the regional cuisine were a matter of interest and people wanted to taste them; however, there were only limited regional food deliver in the restaurants which was a substantial handicap for the recognition of the regional cuisine.

Keywords: Rural Tourism, Culinary Culture, Eastern Blacksea Cuisine

GİRİŞ

Kırsal turizm, kırsal alanların hem ekonomik hem de sosyal yönden gelişimine katkı sağlamak açısından giderek ilgi gören ve gelişim gösteren bir turizm çeşididir. Söz konusu bu gelişimin ve kırsal turizm çekiciliğinin artırılmasında etkili olan unsurların başında da bölge kültürünü yansıtan yöresel mutfaklar gelmektedir.

Yöresel mutfaklar, turistlerin bölgeleri tekrar ziyaret niyetlerinde, mutfak kültürünün ve dolayısıyla bölgelerin tanıtımında önemli bir rol oynamaktadır. Bununla birlikte, yöresel mutfaklar kültürel, ekonomik ve sosyal açıdan sürdürülebilirlik sağlamakta, bölge imajının yaratılmasına yardımcı olmakta ve yerel ekonomiyi güçlendirmektedir [1].

Günümüzde artık mutfak kültürünün bir turizm ürünü olarak kullanılması yöresel mutfaklara yönelik gerçekleştiren faaliyetlerin önem kazanmasında etkili olmaya başlamıştır. Diğer taraftan, yöresel mutfaklar ve bu mutfaklarda yer alan yiyecekler daha fazla turist çekmede bir pazarlama aracı haline gelmiştir. İspanya, Fransa, İtalya gibi ülkelerin rakiplerine karşı fark yaratmasının nedeni, sahip

oldukları mutfak kültürlerini ön plana çıkarıp bu ülkelerin pazarlanmasında etkin bir şekilde kullanmalarıdır. Türkiye de, mutfak kültürleri ile ön plana çıkan ülkeler gibi, turizme sunabileceği çeşitli yöresel mutfakları içerisinde barındıran bir ülkedir. Sözü edilen bu yöresel mutfaklardan biri de, kültürel çekicilik ve doğal güzellikler açısından kırsal turizm de önemli bir yeri olan Doğu Karadeniz Bölgesi mutfağıdır.

Doğu Karadeniz mutfağı, destinasyonun pazarlanması kapsamında bölge turizmine değer katabilecek düzeydedir. Dolayısıyla, bölgenin tanıtımında kültürel ve doğal değerlerin yanı sıra, yöresel mutfağına da dikkate alınarak turistlere doğru bir şekilde aktarılması gerekmektedir. Bu nedenle, bölgeyi ziyaret eden turistlerin deneyimleri sonucu bölge mutfağına ilişkin görüş, tutum ve davranışlarının belirlenmesi hem mutfak kültürünün korunmasında hem de bölge turizminin gelişmesinde önemli görülmektedir. Bu kapsamda araştırmanın problemi, destinasyonda farkındalık yaratmak adına çekicilik unsuru olarak kullanılan yöresel mutfakların Doğu Karadeniz Bölgesi için uygulanabilirliğinin ölçülmesi ve aynı zamanda bölgeyi ziyaret eden yerli turistlerin yöresel yiyecek deneyimleri

sonucu bölge mutfağına ilişkin görüşlerinin belirlenmesi oluşturmaktadır

Son yıllarda Doğu Karadeniz Bölgesi'ne yönelik turizm talebinde büyük bir artış görülmekle birlikte bölgenin yöresel mutfağı da Türkiye çapında üne kavuşmuş durumdadır. Bu durum, bölgeyi ziyaret eden turistlerin Doğu Karadeniz mutfağında yer alan yöresel yemekleri deneyimleme talebini yaratmaktadır. Ancak, Doğu Karadeniz Bölgesi'nin yüksek bir turizm talebi ve kendine has zengin bir mutfak kültürüne sahip olmasına rağmen, bu alanda sınırlı sayıda araştırmaya rastlanmıştır. Söz konusu araştırmaların bölge mutfağının sürdürülebilirliğine[2], kullanılabilirliğine [3], restoran tercihlerindeki etkisine ve coğrafi işaretleme kapsamında değerlendirilebilecek yiyeceklerine [4] yönelik gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Dolayısıyla bu araştırmanın, Doğu Karadeniz'i ziyaret eden yerli turistlere uygulanan anket sonuçları ışığında, Doğu Karadeniz mutfağının uygulama ve tanıtım eksikliklerinin belirlenerek, bölge mutfağının tanıtılmasına katkı sağlayacağı ve bundan sonra yapılacak çalışmalara ışık tutacağı düşünülmektedir.

Diğer taraftan, turistlerin yöresel mutfaklara ilişkin görüşlerinin belirlenmesi, olumsuz düşüncelerin ortaya çıkarılması ve bu olumsuz düşüncelerin giderilmesi için neler yapılabileceği konusunda önem teşkil etmektedir. Bu kapsamda, turistlerin Doğu Karadeniz mutfağına ilişkin görüşlerinin belirlenmesi bölge mutfağının tutundurma amacı olarak kullanılmasında ve mutfak kültürünün doğru bir şekilde aktarılmasında önemli bir rol oynamaktadır. İlgili alanyazın tarandığında, Doğu Karadeniz mutfağına ilişkin turist görüşlerini ölçen herhangi bir araştırmaya rastlanmamış olması nedeniyle, bu araştırmanın bölge mutfağına ilişkin ilk turist görüşü belirleme örneği olması açısından da önem taşımaktadır. Ayrıca, bu araştırma ile Doğu Karadeniz mutfağının önemi üzerinde farkındalık yaratarak bölge turizmine katkı sağlayacağı ve alanyazında önemli bir boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kırsal Turizm

Kırsal turizmin genel bir tanımını yapmak oldukça güçtür ve yaygın olarak kabul edilmiş bir kırsal turizm tanımı bulunmamaktadır. Turizm alanyazının da kırsal turizm, tarım turizmi, yayla turizmi, köy turizmi, doğa turizmi, çiftlik turizmi, alternatif turizm, doğaya dayalı turizm, sürdürülebilir turizm gibi çeşitli kullanımlarının olduğu görülmektedir [5]. Bunun nedeni araştırmacılar arasında kırsal turizm kapsamında ortak bir görüşe sahip olunamamasıdır.

Soykan'a göre, kırsal turizmin özünü bir köyde, çiftlikte, dağ evinde vb. konaklayarak, o bölgenin kırsal kültürüyle tanışmak ve kaynaşmak oluşturmaktadır [6]. Diğer bir ifadeye göre kırsal turizm, sadece tarımsal ya da çiftlik turizmini kapsamamakta, kırsal alanlardaki yapılan tüm turizm faaliyetlerini kapsamaktadır [7]. Kırsal turizm genel bir ifade ile, boş zamanı olan insanların, gezi ve rekreasyon amaçlı aynı ülke veya farklı ülkelerdeki kırsal alanlara yönelik seyahatlerini ve kullanımlarını kapsamaktadır [8].

Kırsal turizme yönelik hareketler, kentleşme süreciyle birlikte ortaya çıkmıştır. İnsanların kent hayatı içerisinde yaşamış oldukları olumsuzlukların, onların sakin ve huzurlu ortamlara yönelme ihtiyacını doğurmuştur. Bu ihtiyaç doğrultusunda önceleri büyük ölçüde iç turizm konusu olan kırsal turizm, son zamanlarda hem iletişim teknolojisinin hem de ulaşım olanaklarının gelişmesiyle uluslar arası turizmin konusu olmaya başlamıştır [9].

Kırsal turizm, hem doğal kaynaklara dayalı hem de kırsal yerleşmelerle iç içe olan bir turizm türüdür. Kırsal turizmin sağlamış olduğu bir çok olumlu etki, gelişmiş ve gelişmekte olan bölgelerde, mevcut turizm türlerinin bir alternatifi veya tamamlayıcısı olarak önemi her geçen gün artmaktadır. Kırsal turizmin olumlu etkileri incelendiğinde öncelikle turizm pazarının genişlemesini sağladığı açıkça görülebilmektedir. Ayrıca mevsimsellik özelliğinin olmayışı bu turizm çeşidinin önemli bir özelliğini oluşturmaktadır. Bununla birlikte, kültürel ve doğal mirasın korunması, diğer turizm türleriyle kolayca entegre olabilmesi, ekonomik, sosyal ve kültürel yönden bölgeleri kalkındırması, sürdürülebilir turizme hizmet edebilmesi sağladığı diğer olumlu etkiler arasında sayılabilir [10].

Mutfak Kültürü

Genel anlamıyla mutfak, insanların beslenme ihtiyaçlarını karşıladığı yer ve hatta direkt beslenme ihtiyacını ifade eder [11]. Ancak mutfak kavramı ile sadece bölgelerin mutfaklarına ilişkin yemekler değil, bununla birlikte yemeklerin hazırlanma, saklanma, kullanılan araç-gereçler, pişirilmesi, yemek törenleri ve bu törenler sürecince ortaya çıkan inanç ve uygulamaları da içeren, özel bir kültürel yapı düşünülmelidir [12].

Mutfak kültürü, bir bölgeye ait gıda ürünlerini, yemeğin hazırlanma sürecinde kullanılan malzeme ve teknikleri, beslenme şekillerini ve yemeklerini ifade eder [13]. Ülkelerin ya da bölgelerin kendi mutfak kültürleri ile oluşturdukları fikirler, diğer bölgeler tarafından kullanılmayacak varlıklardır [14]. Çünkü kültürün ve yaşam şeklinin bir unsuru olan mutfak kültürü, bölgelerin kendi kimliklerini oluşturup, o bölgelerin farklılaşmasına ve dolayısıyla markalaşmasına olanak sağlamaktadır [15].

Mutfak ve mutfak kültürü, turistler için turizm bölgelerinde ilgi duyulan bir çekicilik unsurudur. Birçok turist tatilini geçirdikleri bölgede, dışarıda yemek yemektir. Dolayısıyla bir bölgeye ait yemekler başka bir kültürü tanımak için önemli araçlardan birisi olmaktadır [16]. Ayrıca, bu durum gidilen bölgenin mutfağını merak eden, orada yaşayan insanların neler yediğini öğrenmek isteyen turistlerin ilgisini çekmekte, bunu eğlenceye dönüştürüp tatilden alınan keyfi artırabilmektedirler. Mutfak kültürü bölgelerin tanıtımında ve buna bağlı olarak gelirlerinde de önemli bir role sahiptir [17]. Toplumdan topluma farklılık gösteren mutfak kültürü diğer toplumlardan gelen insanlar tarafından denemeye değer görülmektedir. Bilhassa turistlerin gittikleri bölgelerin kendine özgü mutfakları turistlerin tatil tecrübelerinin önemli bir kısmını oluşturmaktadır [18].

Bölge mutfakları, günlük yaşamın bir parçası olarak her kültürün içinde barındırdığı bir unsur olmakta ve bu unsur turistik destinasyonlar içinde birer fırsat yaratmaktadır. Tatil süresince bölge mutfaklarına özgü tüketilen yöresel yemekler, turistlerin hafızalarında ayrı bir yer edinmektedir [19]. Shenoy'a göre, mutfak kültürü, bir bölgenin tekrar tercih edilmesinde etkilidir. Ayrıca, o bölgenin daha fazla turist çekmek için aradığı alternatif ürün kaynağı olabilmektedir. Turistlerin farklı mutfak kültürlerini merak etmesi sonucunda mutfak olgusu turizm ile ilişkilendirilerek seyahat motivasyonlarının ayrılmaz bir parçası haline gelmektedir [20].

Kırsal Turizm ile Mutfak Kültürü İlişkisi

Yiyecek, önceleri turistlerin seyahatlerinin bir parçasıyken daha sonra tek başına seyahat nedeni olmuştur [21]. Bölge mutfağına yönelik yapılan turizm faaliyetlerinin o

bölgenin tanıtılması ve markalaşmasına katkı sağlayacağını, aynı zamanda ekonomik anlamda da bölgede katma değer etkisi yaratacağını belirtmektedirler. Bunun yanı sıra bölge mutfakları, ürün ve hizmet kalitesini geliştirmekte, mutfak kültürünün korunmasına yardımcı olmaktadır [22].

Mutfak kültürü ve mutfak kültürü içerisinde yer alan yemekler, kırsal turizmde önemli bir yer tutmaktadır. Bu önem de çeşitli boyutlarda ortaya çıkmaktadır. Kırsal bölgeleri ziyaret eden turistler, bölgedeki üretilen yiyecekleri tüketerek yerel ekonominin kazanç elde etmesini sağlamakta, yerel tüketimi canlandırmaktadır. Aynı zamanda bölgeye özgü yöresel yiyecekler rekabet avantajı sağlamakla birlikte, bölgenin sembolü haline gelip, turistler için ayrı bir çekicilik unsuru haline gelmektedir. Bir bölgenin sahip olduğu mutfak kültürünün bir turizm ürünü olarak benimsenmesi, günümüzde önem taşıyan bir hale gelmiştir [6].

Kırsal turizmde bölgelere ait mutfak kültürü ve yiyecek çeşitliliği bölge seçimini kolaylaştırmaktadır. Günümüzde insanlar devamlı yaşadıkları yerler dışında seyahat ettikleri kırsal alanlarda geleneksel usullerle hazırlanıp pişirilen yiyecekleri ve o bölgeye ait farklı sunum tekniklerini görebilmektedir. Bu durum o bölge mutfağına olan ilgiyi daha da artırmaktadır. Aynı zamanda bu durumun hem talep hem de arz açısından gelişmesi kırsal turizm çeşitliliğinde mutfak kültürünün bir turistik ürün olarak yaygınlaşmasına olanak tanımaktadır [23].

Doğu Karadeniz Mutfağı

Türkiye’de bölgeler arasında farklı yemek çeşitleri olup, her bölgenin kendine has beslenme kültürü ve pişirme teknikleri bulunmaktadır. Bu bağlamda, iklim ve coğrafyasına bağlı olarak kendine has bir mutfağına sahip olan bölgelerden birisi de Doğu Karadeniz Bölgesi’dir [2].

Binlerce yılda oluşturulan mutfak kültürleri, artık birbirleriyle etkileşim içinde bulunarak iç içe geçmiş bir mutfak kültürü haline gelmişlerdir. Fakat Türk mutfağı içerisinde önemli bir yer teşkil eden Doğu Karadeniz mutfağı, halen kendi özgünlüğünü koruyan nadir mutfaklardan birisidir [13]. Çünkü bölge mutfağı, nedeysen hiçbir mutfak kültürünün etkisinde kalmayıp, özelliklerini ve pişirme tekniklerini koruyarak kendine has bir beslenme kültürü oluşturmuştur [24].

Bölgede tarım için düzlük alanlar olmadığından dolayı yerleşim ve hayat zor koşullar altında gerçekleşmektedir. Söz konusu zor koşullar altında yaşayan bölge halkı, zamanla diğer bölgelerle mukayese edilemeyecek bir mutfak kültürü oluşturmuşlardır [13]. Bu durum, bölgenin yöresel mutfağının diğer bölge mutfaklarına göre fakılaşmasına sebep olmaktadır. Genel olarak bakıldığında, Doğu Karadeniz mutfağında yer alan yöresel yemekler kısa sürede hazırlanan, pratik yemeklerdir. Doğu Karadeniz mutfağında yer alan yemeklerin pratik olmasının bir nedeni yöre kadınının sürekli ev dışında bir işle uğraşıp, yemek yapımına ayıracak vaktinin olmamasıdır [24].

Doğu Karadeniz mutfağı denildiğinde, çay, fındık, hamsi ve mısır ilk akla gelen gıdalar arasındadır. Özellikle de çay, fındık ve hamsi üçlüsü bölgenin temel gıda ürünleri olup, bölge halkının mutfak kültürünü oluşturur [3]. Bölgede kıyı yerleşmelerin fazlılığında dolayı, genellikle balıktan yapılan yemekler ön plana çıkmaktadır. Doğu Karadeniz insanı için balık kimliğinden çıkan hamsi, mutfak kültürüne yerleşmiş olup [24]. yöresel ve kültürel bir zenginlik haline dönüşmüştür. Ancak, hamsi daha çok kıyı kesiminin mutfağında yer alırken, iç kesimlere doğru gidildikçe hamsi yerine alabalık tüketildiği görülmektedir [2]. Doğu

Karadeniz mutfağı daha çok balık ile anılan bir mutfak olsa da bölge içerisinde özgün et ürünleri de bulmak mümkündür [5]. Et ürünlerine örnek olarak, Akçaabat köftesi, Artvin et kavurması, Trabzon döneri gösterilebilir.

Bunun yanı sıra bölgeye fazla yağmur yağması çeşitli otların ve bahçe sebzeçiliği üretiminin gelişmesini sağlamıştır. Yani, Doğu Karadeniz mutfağında dört mevsim tüketilebilen ot ve sebze çeşitliliği bulunmaktadır. Dolayısıyla ot ve sebzelerden yapılan yemekler hemen hemen her sofrada sıklıkla yer bulmaktadır [13]. Kaynaga, kiraz kavurma, karalahana ve fasulye turşusu kavurması bunlara en güzel örneklerdir. Özellikle karalahana çorbası ve sarması Doğu Karadeniz mutfağının sembollerinden biridir [3].

Özellikle son yıllarda insanların önemle üzerinde durduğu konulardan biri doğal yollarla elde edilmiş sağlıklı yiyeceklerdir. Yiyecek üretiminde çeşitli nedenlerden dolayı doğallıktan uzak bir üretim ön plandadır. Bu bağlamda Doğu Karadeniz mutfağında üretilen yöresel yiyeceklerin doğallığı kullanılarak bu konuda bir çekicilik oluşturulabilmesi, bölgeye gelen turistlerin yaşayacağı yiyecek deneyim kalitesi artırılıp, turistlerin tekrar ziyaretlerinin sağlanabilmesi açısından önemlidir.

MATERYAL ve YÖNTEM

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Yapılan alan araştırmasının evrenini, paket turlar ile Doğu Karadeniz Bölgesi’ne gelen yerli turistler oluşturmaktadır. Bölgeye yönelik düzenlenen tur ve tura katılan turist sayılarına yönelik istatistiksel bir veri olmaması nedeniyle, bölgeyi ziyaret eden yerli turist sayıları dikkate alınmıştır. Trabzon İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü verilerine göre, 2017 yılında Trabzon ilini 1.757.250 yerli ve 407.300 yabancı olmak üzere toplamda 2.164.550 turist ziyaret etmiştir. Bu veriler değerlendirildiğinde, yerli turistlerin (%81,1) yabancı turistlere kıyasla (%18,9) bölgeyi daha fazla ziyaret ettiği görülmektedir. Bu durum araştırma evreninin yerli turistlerden oluşmasının nedenidir. Doğu Karadeniz turlarına katılanların seçilme nedeni ise, tur programı ile bölgedeki tüm illerin ziyaret edilip, illere özgü yöresel yiyecekleri deneyimleme olanağının yüksek olmasıdır.

Araştırmanın uygulaması yerli turistlerin katıldıkları Doğu Karadeniz turu kapsamında yer alan Trabzon ilinde gerçekleştirilmiştir. Trabzon ilinin seçilme nedeni ise, Doğu Karadeniz Bölgesi’nde yer alan iller (Ordu, Giresun, Trabzon, Rize, Gümüşhane, Artvin) içerisinde, turizm faaliyetlerinin en yoğun olduğu il ve turizm sektörü açısından bölgenin merkezi konumunda olmasıdır. Bununla birlikte 2017 yılında bölgeyi ziyaret eden yerli ve yabancı turist sayılarının illere göre dağılımı incelendiğinde, % 47,2 oranla en fazla turist çeken il olması araştırma alanı olarak seçilmesinin bir başka nedenidir.

Araştırmada kullanılan anket formu Kasti örnekleme tekniği kullanılarak ve yerli turistlerle yüz yüze görüşülerek uygulanmıştır. Araştırma sonucunda 600 kişilik bir örneklem grubuna ulaşılmıştır. Ancak eksik ve hatalı doldurma gibi nedenlerle 60 anket değerlendirme dışı bırakılıp, kullanılabilir 540 anket değerlendirmeye alınmıştır.

Veri Toplama Aracı ve Teknikleri

Araştırmanın teorik bölümünde konuyla ilgili alanyazın taraması yapıldıktan sonra, uygulama bölümünde anket tekniği kullanılarak veri toplama yoluna gidilmiştir. Verilerin toplanmasında zaman, imkan ve maliyet unsurları

nedeniyle anket tekniği tercih edilmiştir. Ankette yer alan sorular daha önce yapılan çalışmalardan (Akman, 1998; Budak ve Çiçek, 2002; Özdemir ve Kınay, 2004; Qaun ve Wang, 2004; Shenoy, 2005; Mankan, 2012) yararlanılarak oluşturulmuştur. Araştırmanın yerli turistlere yönelik gerçekleştirilmesinden dolayı, anket formu Türkçe olarak tek dilde hazırlanmıştır ve yüz yüze görüşülerek uygulanmıştır.

Araştırmanın anketi üç bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, meslek, gelir, yaşanılan bölge gibi sosyo demografik özellikler ile ilgili kapalı uçlu 7 soru yer

almaktadır. İkinci bölümde genel olarak bölge mutfağı hakkında bilgi sahibi olma, mutfağı beğenme durumları, tekrar tatmak istemeleri, başkalarına tavsiye etme gibi Doğu Karadeniz Mutfağına ilişkin tutum ve davranışları ölçen kapalı uçlu ve birden çok seçenekli 9 soru yer almaktadır. Anketin üçüncü bölümünde yerli turistlerin Doğu Karadeniz mutfağında yer alan yöresel yiyeceklerle ilişkin görüşlerini belirlemek için 5'li likert tipi ölçek kullanılmıştır. Ayrıca, anket formunun sonunda turistlerin herhangi bir görüş ve önerileri var ise, bunu belirtebilmeleri için 1 adet açık uçlu soruya yer verilmiştir.

Verilerin Analizi ve Güvenirliliği

Verilerin değerlendirilmesinde SPSS 20.0 (Statistical Package for Social Science) programı kullanılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen veriler, araştırmanın amaçları doğrultusunda analiz edilmiştir. Bu doğrultuda ilk olarak araştırmaya katılan yerli turistlerin sosyo-demografik özelliklerini, Doğu Karadeniz mutfağına ilişkin tutum ve davranışlarını ortaya koymak için elde edilen verilerin frekans ve yüzde dağılımları verilerek değerlendirilmiştir. Bölge mutfağına yönelik görüşler ile demografik faktörler arasındaki farklılıkları belirlemek için t-testi ve One-Way Anova testinden yararlanılmıştır. Ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı 0,779 olarak hesaplanmıştır.

Araştırmada Cevap Aranacak Sorular

Bu araştırmanın amacı, Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden yerli turistlerin bölge mutfağına ilişkin görüş, tutum ve davranışlarını belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda, aşağıdaki sorulara yanıt bulunmaya çalışılmıştır:

1. Yerli turistlerin Doğu Karadeniz Bölgesi'ni tercih etmelerinde etkili olan faktörler arasında Doğu Karadeniz mutfağının payı ne düzeydedir?

2. Yerli turistler tarafından bölge mutfağında yer alan yöresel yemeklerin diğer yemeklere göre tercih edilme durumu nedir?

3. Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden yerli turistlerin bölge mutfağına ilişkin bilgi düzeyleri nedir?

4. Yerli turistlerin Doğu Karadeniz mutfağına yönelik beğeni düzeyleri nedir?

5. Yerli turistlerin Doğu Karadeniz'i tekrar ziyaret etme niyetlerinde bölge mutfağı etkili midir?

6. Yerli turistlerin Doğu Karadeniz mutfağını başkalarına tavsiye etme düzeyleri nedir?

7. Bölgeye gelen yerli turistlerin Doğu Karadeniz mutfağında yer alan yöresel yemeklere ilişkin görüşleri nelerdir?

8. Yerli turistlerin bölge mutfağına ilişkin görüşleri sosyo-demografik özellikleri açısından anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

BULGULAR

Bu bölümünde araştırmaya katılan turistlerin sosyo-demografik özelliklerine, Doğu Karadeniz mutfağına ilişkin tutum ve davranışlarına ve bölge mutfağında yer alan yöresel yiyecekler hakkındaki görüşlerine ilişkin bulgulara ve yorumlara yer verilmiştir.

Araştırmaya Katılan Yerli Turistlere İlişkin Bulgular
Tablo 1. Yerli Turistlerin Sosyo Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları

Değişkenler	(n)	(%)
Cinsiyet		
Kadın	316	58,5
Erkek	224	41,5
Toplam	540	100,0
Yaş		
19 yaş ve altı	29	5,4
20-24 yaş arası	72	13,3
25-29 yaş arası	92	17,0
30-34 yaş arası	72	13,3
35-39 yaş arası	50	9,3
40-44 yaş arası	48	8,9
45-49 yaş arası	49	9,1
50 ve üzeri	125	23,7
Toplam	540	23,7
Medeni Durum		
Evli	317	58,7
Bekar	215	39,8
Diğer	8	1,5
Toplam	540	100,0
Eğitim Durumu		
İlköğretim	40	7,4
Ortaöğretim	28	5,2
Lise	152	28,1
Önlisans	64	11,9
Lisans	219	40,6
Yüksek Lisans/Doktora	37	6,9
Toplam	540	100,0
Meslek		
Memur	105	19,4
İşçi	149	27,6
Emekli	84	15,6
Öğrenci	79	14,6
İşsiz	11	2,0
İşveren	27	5,0
Ev Hanımı	67	12,4
Diğer	18	3,3
Toplam	540	100,0

Gelir Durumu		
Kişisel gelire sahip değil	43	8,0
1300 TL ve altı	95	17,6
1301-2000 TL arası	103	19,1
2001-3000 TL arası	133	24,6
3001-4000 TL arası	77	14,3
4000 TL ve üzeri	89	16,5
Toplam	540	100,0
Yaşanılan Bölge		
Akdeniz	132	24,4
Ege	91	16,9
Marmara	179	33,1
İç Anadolu	103	19,1
Karadeniz	12	2,2
Doğu Anadolu	5	0,9
Güneydoğu Anadolu	18	3,3
Toplam	540	100,0

Tablo 1’de görüldüğü üzere, araştırmaya katılan yerli turistlerin 316’sı (%58,5) kadınlardan, 224’ü (%41,5) erkeklerden oluşmaktadır.

Yaş dağılımına bakıldığında, 29’unun (%5,4) 19 yaş ve altı, 72’sinin (%13,3) 20-24 yaş arası, 92’sinin (%17,0) 25-29 yaş arası, 72’sinin (%13,3) 30-34 yaş arası, 50’sinin (%9,3) 35-39 yaş arası, 48’inin (%8,9) 40-44 yaş arası, 49’unun (%9,1) 45-49 yaş arası, 128’inin (%23,7) 50 ve üzeri yaş olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre, araştırmaya katılan yerli turistlerin 50 ve üzeri yaş grubu dağılımının diğer yaş gruplarına oranla sayısının daha fazla olduğu görülmektedir. Bu bulgular araştırma sonucunda elde edilen verilerde 50 yaş ve üzerinde olan yerli turistlere ait görüşlerin ağırlıkta olacağını göstermektedir.

Araştırmaya katılan yerli turistlerin büyük çoğunluğu, 317’si (%58,7) evli, 215’i (%39,8) bekar, 8’i (%1,5) diğer seçeneğini işaretlemişlerdir. Diğer seçeneğini işaretleyenler dul ve boşanmış olduklarını belirtmişlerdir.

Turistlerin eğitim durumlarına ilişkin dağılıma bakıldığında, 40’ının (%7,4) ilköğretim, 28’inin (%5,2)

ortaöğretim, 152’sinin (%28,1) lise, 64’ünün (%11,9) önlisans, 219’unun (%40,6) lisans, ve 37’sinin (%6,9) yüksek lisans ve doktora mezunu olduğu tespit edilmiştir.

Yerli turistlerin mesleklerine ilişkin bulgularda, 105’inin (%19,4) memur, 149’unun (%27,6) işçi, 84’ünün (%15,6) emekli, 79’unun (%14,6) öğrenci, 11’inin (%2,0) işsiz, 27’sinin (%5,0) işveren, 67’sinin (%12,4) ev hanımı ve 18’inin (%3,3) diğer seçeneğini işaretlediği saptanmıştır. Diğer seçeneğini işaretleyenler, mimar, müdendis, doktor, avukat, noter, tercüman, psikolog, çiftçi gibi çeşitli mesleğe sahip olduklarını belirtmişlerdir.

Gelir dağılımı incelendiğinde, yerli turistlerin 43’ünün (%8,0) kişisel gelire sahip olmadığı, 95’inin (%17,6) “1300

TL ve altı”, 103’ünün (%19,1) “1301-2000 TL arası” 133’ünün (%24,6) “2001-3000 TL arası”, 77’sinin (%14,3) “3001-4000 TL arası”, ve 89’unun (%16,5) “4000 TL ve üzeri” gelire sahip olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan yerli turistlerin yaşadıkları bölgeye ilişkin elde edilen bulgulara göre, 179 kişi ile (%33,1) Marmara Bölgesi birinci sırada yer almaktadır. Marmara Bölgesi’ni sırasıyla 132 kişi ile (%24,4) Akdeniz Bölgesi, 103 kişi ile (%19,1) İç Anadolu Bölgesi, 91 kişi ile (%16,9) Ege Bölgesi, 18 kişi ile (%3,3) Güneydoğu Anadolu Bölgesi, 12 kişi ile (%2,2) Karadeniz Bölgesi ve 5 kişi ile (%0,9) Doğu Anadolu Bölgesi izlemektedir.

Tablo 2. Yerli Turistlerin Doğu Karadeniz Bölgesi’ni Tercih Etme Nedenlerine Göre Dağılımları

Doğu Karadeniz Bölgesini Tercih Nedenleri	(n)	(%)
Doğal güzellikleri görmek	474	87,8
Doğu Karadeniz’i merak etmek	345	63,9
Tarihi ve kültürel yerleri görmek	300	55,6
Doğu Karadeniz mutfağında özgü yemekleri tatmak	160	29,6
Doğu Karadeniz halkını tanıma isteği	130	24,1
Temiz bir çevrede bulunma	123	22,8
Tavsiye edildiği için	78	14,4
Doğu Karadeniz’i güvenli bulma	57	10,6
Tatil fiyatının uygun oluşu	43	8,0
Diğer	4	0,8

*Birden çok seçenek işaretlenmiştir.

Katılımcıların Doğu Karadeniz Bölgesi’ni tercih etme nedenlerine ilişkin değişkenlerden birden çok seçeneği belirtebilmeleri oranları artırmıştır. Tabloda ki bulgular incelendiğinde bölgeyi tercih nedenlerinden ilk sırayı 474 kişi ile (87,8) “Doğal güzellikleri görmek” seçeneği almaktadır. Daha sonra sırasıyla 345 kişi (%63,9) “Doğu Karadeniz’i merak etmek”, 300 kişi (%55,6) “Tarihi ve kültürel yerleri görmek”, 160 kişi (%29,6) “Bölge mutfağına özgü yemekleri tatmak”, 130 kişi (%24,1) “Bölge halkını tanıma isteği”, 123 kişi (%22,8) “Temiz bir çevrede bulunma”, 78 kişi (%14,4) “Tavsiye edildiği için” 57 kişi (%10,6) “Bölge’yi güvenli bulma”, 43 kişi (%8,0) “Tatil fiyatının uygun oluşu” nedeniyle bölgeye seyahat ettiklerini belirtmişlerdir. 4 kişi de (%0,8) diğer seçeneğini işaretleyerek, işi gereği, daha önceki ziyaretlerinden dolayı ve bölgeyi çok beğenip sevdiği için tercih ettiğini ifade etmiştir. Araştırmanın amacı kapsamında oluşturulan araştırma sorularından biri olan “*Yerli turistlerin Doğu Karadeniz Bölgesi’ni tercih etmelerinde etkili olan faktörler arasında bölge mutfağının payı ne düzeydedir?*” sorusunun cevabı irdelendiğinde, bu bulgulara dayanarak % 29,6 oranla dördüncü sırada olduğu görülmektedir. Bu durum bölge mutfağının yeterince tanıtılmamasından kaynaklanabilir.

Araştırmaya Katılan Yerli Turistlerin Doğu Karadeniz Mutfağına İlişkin Görüş, Tutum ve Davranışlarına İlişkin Bulgular

Tablo 3. Yerli Turistlerin Seyahat Süresince Tercih Ettikleri Yemeklere İlişkin Dağılımları

Tatil süresince tercih edilen yemekler	(n)	(%)
Doğu Karadeniz mutfağına özgü yemekler	393	72,8
Fast-food tarzı yemekler	6	1,1
Kendi mutfağına özgü yemekler	50	9,3
Farketmez	90	16,7
Diğer	1	0,2
Toplam	540	100,0

Katılımcıların seyahat süresince tercih ettikleri mutfaklara özgü yemeklere ilişkin yapılan değerlendirmelerde, 393'ünün (%72,8) Doğu Karadeniz mutfağına özgü yemekleri, 6'sının (%1,1) fast-food tarzı yemekleri, 50'sinin (%9,3) kendi mutfağına özgü yemekleri tercih ettiği görülmektedir. Ayrıca 90 kişi (%16,7), farketmez, 1 kişi de (%0,2) diğer seçeneğini işaretlemiştir. Diğer seçeneğini işaretleyen katılımcının damak tadına uygun ve güzel olan her yemeği tüketebileceğini belirtmiştir. Araştırmanın amacı kapsamında oluşturulan araştırma sorularından biri olan "Yerli turistler tarafından bölge mutfağında yer alan yöresel yemeklerin diğer yemeklere göre tercih edilme durumu nedir?" sorusunun cevabı irdelendiğinde, bu bulgulara dayanarak, yerli turistlerin bölge mutfağında yer alan yöresel yemekleri diğer yemeklere göre büyük oranda tercih ettiği görülmektedir.

Tablo 4. Yerli Turistlerin Doğu Karadeniz Mutfağına Yönelik Bilgi Düzeyleri ve Kaynaklarına İlişkin Dağılımlar

Değişkenler	(n)	(%)
Doğu Karadeniz Mutfağı Hakkında Bilgi Edinme		
Evet	383	70,9
Hayır	157	29,1
Toplam	540	100,0
Bilgi Edinme Kaynakları		
Eş, dost, akraba vb.	260	48,1
Sosyal medya (Facebook, Twitter, Instagram)	131	24,3
İnternet çevrimiçi yorum siteleri	57	10,6
TV/Reklam	90	16,7
Kitap/Broşür	47	8,7
Seyahat Acentesi	65	12,0
Gazete/Dergi	58	10,7
Diğer	8	1,5

Katılımcıların 383'ünün (%70,9) Doğu Karadeniz mutfağı hakkında önceden bilgi edindikleri görülürken,

157'si (%29,1) bilgi edinmediklerini belirtmişlerdir. Daha önceden bilgi edinen 383 kişinin bilgi kaynakları dağılımı incelendiğinde, ilk sırada 260 kişi ile (%48,1) eş,

dost ve akrabalar olduğu görülmektedir. Bunu takiben ikinci sırada 131 kişi ile (%24,3) sosyal medya, üçüncü sırada 90 kişi ile (%16,7) Tv ve reklamlar, dördüncü sırada 65 kişi ile (%12,0) seyahat acentesi, beşinci sırada 58 kişi ile (%10,7) gazete ve dergi, altıncı sırada 57 kişi ile (%10,6) internette çevrimiçi yorum siteleri, yedinci sırada 47 kişi ile (%8,7) kitap ve broşür yer almaktadır. 8 kişi (%1,5) ise, diğer seçeneğini işaretleyerek, daha önceki ziyaretlerinden, yaşadıkları bölgedeki Karadeniz restoranlarından, belirli bir dönem iş ve eğitim gereği bölgede yaşamış olmalarından dolayı bilgi sahibi olduklarını belirtmişlerdir. Araştırmanın amacı kapsamında oluşturulan araştırma sorularından biri olan "Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden yerli turistlerin bölge mutfağına ilişkin bilgi düzeyleri nedir?" sorusunun cevabı irdelendiğinde, bu bulgulara dayanarak, turistlerin çoğunluğunun bilgi sahibi olduğu ve bu bilgileri daha çok eş, dost ve akrabalarından edindikleri görülmektedir.

Tablo 5. Yerli Turistlerin Doğu Karadeniz Mutfağına Yönelik İlk Deneyimlerin Yaşadığı Yerlere İlişkin Dağılımları

Doğu Karadeniz Mutfağına Yönelik İlk Deneyim Yerleri	(n)	(%)
Konaklama Tesisi	190	35,2
Restoran	183	33,9
Arkadaş/Akraba evi	158	29,3
Diğer	9	1,7
Toplam	540	100,0

Tablo5'te görüldüğü üzere, yerli turistlerin bölge mutfağına yönelik ilk deneyimlerini büyük oranda 190 kişi ile (%35,2) konaklama tesislerinde yaşadıkları görülmektedir. Buna yaklaşık bir oranla 183 kişi (%33,9) restoranda, 158 kişi (%29,3) arkadaş veya akraba evinde, 9 kişi de (%1,7), diğer seçeneğini işaretlemiştir. Diğer seçeneğini işaretleyen kişiler bölgenin yöresel yemeklerini evlerinde hazırlayarak deneyimlediklerini belirtmişlerdir.

Tablo 6. Yerli Turistlerin Doğu Karadeniz Mutfağını Beğenme Düzeylerine İlişkin Dağılımları

Doğu Karadeniz Mutfağını Beğenme Durumu	(n)	(%)
Beğendi	433	80,2
Beğenmedi	43	8,0
Kararsız	64	11,9
Toplam	540	100,0

Yerli turistlerin Doğu Karadeniz mutfağını beğenme düzeyleri incelendiğinde, 433 kişi (%80,2) beğendiği, 43 kişi (%8,2) beğenmediği ve 64 kişi de (%11,9) kararsız olduğu yönünde görüş bildirmiştir. Araştırmanın amacı kapsamında oluşturulan araştırma sorularından biri olan "Yerli turistlerin Doğu Karadeniz mutfağına yönelik beğeni düzeyleri nedir?" sorusunun cevabı irdelendiğinde, elde edilen veriler ışığında, yerli turistlerin Doğu Karadeniz mutfağını beğenme düzeylerinin oldukça yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 7. Yerli Turistlerin Doğu Karadeniz Mutfağına Özgü Yemekleri Tekrar Tatma İsteklerine İlişkin Dağılımları

<i>Tekrar Tatma İsteği</i>	(n)	(%)
İster	458	84,8
İstemez	82	15,2
Toplam	540	100,0

Yerli turistlerin Doğu Karadeniz mutfağına özgü yemekleri tekrar tatmak isteyip istememe durumları incelendiğinde, büyük çoğunluğunun 458 kişinin (%84,8) tekrar tatmak istedikleri saptanmıştır. 82 kişi ise (%15,2), bölge mutfağına özgü yemekleri tekrar tatmak istemediklerini belirtmişlerdir. Bu bilgilere dayanarak turistlerin büyük çoğunluğunun bölge mutfağında yer alan yemekleri tekrar tatmak istedikleri söylenebilir. Bunun nedeni ise, turistlerin bölge mutfağında yer alan yöresel yiyecekleri beğenmeleri olabilir.

Tablo 8. Yerli Turistlerin Doğu Karadeniz Bölgesi'ni Tekrar Ziyaret Etme Niyeti ve Bölge Mutfağının Etkisine İlişkin Dağılımları

<i>Tekrar Gelme Niyetinde Mutfağın Etkisi</i>	(n)	(%)
<i>Tekrar Gelme Niyeti</i>		
Evet	457	84,4
Hayır	20	3,7
Kararsız	63	11,7
Toplam	540	100,0
<i>Tekrar Gelme Niyetinde Mutfağın Etkisi</i>		
Var	190	41,6
Yok	267	58,4
Toplam	457	100,0

Tablo 8'de görüldüğü üzere bölgeyi ziyaret eden yerli turistlerden 457 kişisi (%84,4) Doğu Karadeniz Bölgesi'ni tekrar ziyaret etmek istediklerini belirtmişlerdir. 20 kişi (%3,7) tekrar gelmek istemedikleri, 63 kişi ise (%11,7) kararsız olduğu yönünde görüş bildirmiştir. Tekrar

gelme niyeti olan 457 yerli turist gelme niyetinde bölge mutfağının etkisi olup olmadığına bakıldığında, 190 kişinin (%41,6) tekrar gelme niyetinde etkili olurken, 267 kişinin (%58,4) tekrar gelme niyetinde bir etkisi olmadığı tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular değerlendirildiğinde, bölgeyi ziyaret eden yerli turistlerin bölge mutfağını beğenme oranı %80,2 ve bölgeye özgü yemekleri tekrar tatmayı isteme oranı %84,8 olmasına rağmen, bölgeye tekrar gelmeyi düşüncelerinde mutfağın etkisinin tekrar ziyaret oranına kıyasla çok yüksek (%41,6) olmadığı görülmektedir. Araştırmanın amacı kapsamında oluşturulan araştırma sorularından biri olan "*Yerli turistlerin Doğu Karadeniz'i tekrar ziyaret etme niyetlerinde bölge mutfağı etkili midir?*" sorusunun cevabı irdelendiğinde, bölgeyi ziyaret eden turistlerin bölge mutfağını beğeni düzeylerinin, yöresel yemekleri tekrar deneyimlemek istemelerinin ve bölgeyi tekrar ziyaret etme niyetlerinin yüksek oranda olmasına rağmen, bu oranlara karşılık tekrar ziyaret niyetinde mutfağın etkisinin daha düşük oranda kalması bu araştırma da dikkat çeken sonuçlardan biridir.

Tablo 9. Yerli Turistlerin Doğu Karadeniz Mutfağını Başkalarına Tavsiye Etme Durumuna İlişkin Dağılımları

<i>Tavsiye Etme</i>	(n)	(%)
Eder	400	74,1
Etmez	40	7,4
Kararsız	100	18,5
Toplam	540	100,0

Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden yerli turistlerin bölge mutfağını başkalarına tavsiye etme durumu incelendiğinde, 400 kişi (%74,1) tavsiye edeceğini, 40 kişi (%7,4) tavsiye etmeyeceğini, 100 kişi de (%18,5) tavsiye edip etmeme konusunda kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Araştırmanın amacı kapsamında oluşturulan araştırma sorularından biri olan "*Yerli turistlerin Doğu Karadeniz mutfağını başkalarına tavsiye etme düzeyleri nedir?*" sorusunun cevabı irdelendiğinde, elde edilen veriler ışığında, yerli turistlerin Doğu Karadeniz mutfağını başkalarına tavsiye etme düzeylerinin yüksek olduğu söylenebilir. Bu durum, turistlerin bölgeden memnun ayrıldıklarının bir göstergesi olabilir.

Tablo 10. Yerli Turistlerin Doğu Karadeniz Mutfağına Yönelik Görüş Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi, Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Doğu Karadeniz Yemekleri	Aritmetik Ortalama (\bar{X})	Standart Sapma (s.s)
Lezzetli	3,85	0,78
Çok çeşitliliğe sahip	3,90	0,83
Görünüşü ilgi çekici	3,39	0,93
Kendine has tatlarla sahip	4,11	0,67
Besin değeri yüksek	3,90	0,83
Doyurucu	3,95	0,82
Taze	4,00	0,79
Sağlıklı	3,91	0,86
Fazla yağlı*	2,98	1,12
Fazla salçalı*	3,62	0,96
Et ağırlıklı	2,84	1,08
Pahalı*	2,95	1,09
Sindirimi kolay	3,39	0,95
Damak tadına uygun	3,47	1,03
Ucuz	2,86	1,07
Kalorisi yüksek	3,40	1,01
İştah açıcı	3,45	1,03
Bol soğanlı, sarımsaklı	2,76	1,03
Kokusu hoş	3,29	0,96
Tatlılar bol yağlı,şekerli*	3,01	1,69
Ot ve sebze ağırlıklı	3,61	1,05
Doğal	4,09	0,80
Hijyenik	3,56	0,89
Kahvaltısı çeşitli	3,36	1,16
Genel Aritmetik Ortalama: 3,46		
Genel Standart Sapma: 0,941		
Cronbach's Alpha: 0,779		
*Bu ifadeler ters kodlanmıştır.		

Tablo 10 incelendiğinde, ölçekte yer alan önermelere katılım düzeyi ortalamasının 2,76 ile 4,11 arasında değiştiği görülmektedir. Önermelerin genel ortalamalarının 3,46 olması yerli turistlerin Doğu Karadeniz mutfağında ait yemeklere ilişkin görüşlerinin genel olarak olumlu yönde olduğunu göstermektedir. Önermeler içerisinde en yüksek ortalamanın (= 4,11 0,67) “Kendine has tatlarla sahip” şeklindeki 4. önerme, (= 4,09 0,80) “Doğal” şeklindeki 22. önerme ve (=4,00 0,79) “Taze” şeklindeki 7. önermede gerçekleştiği görülmektedir. En düşük katılım düzeyi (= 2,76 1,03) “ Bol sağanlı, sarımsaklı” şeklindeki 18. önerme, (= 2,84 1,08) “Et ağırlıklı” şeklindeki 10. önerme ve (= 2,86 1,07) “Ucuz” şeklindeki 15. önerme olarak belirlenmiştir. Sonuç olarak turistler Doğu Karadeniz mutfağını, doğal ve taze yiyeceklerden oluştuğunu, kendine has tatlarla sahip olduğunu düşünmekte, doyurucu, sağlıklı, besin değeri yüksek, lezzetli ve çok çeşitli bulmaktadır.

T Testi ve One-Way Anova Testi Sonuçlarına İlişkin Bulgular

Kadın ve erkek turistlerin görüşleri arasındaki farkın istatistiksel açıdan anlamlı olup olmadığını belirlemek için t testi uygulanmıştır. T testi sonuçlarına göre, Doğu Karadeniz Bölgesi’ni ziyaret eden yerli turistlerin Doğu Karadeniz mutfağına ilişkin görüşleri cinsiyet değişkenine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($t=-1,342$; $p=0,180$).

Yerli turistlerin Doğu Karadeniz mutfağına ilişkin görüşleri yaş değişkenine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F=2,427$; $p=0,019$). Bu farklılığın hangi yaş gruplarından kaynaklandığını tespit etmek için Tukey testi yapılmıştır. Tukey testi sonucunda yerli turistlerin Doğu Karadeniz mutfağına ilişkin görüşlerinin yaş değişkeni açısından, 20-24 yaş arası grubu ile 50 ve üzeri yaş grubu arasında anlamlı farklılık bulunmuştur.

Yerli turistlerin medeni durum değişkeni açısından Doğu Karadeniz mutfağına ilişkin görüşleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmadığı görülmektedir ($F=2,636$; $p=0,073$).

Eğitim durumu açısından incelendiğinde, Doğu Karadeniz mutfağına ilişkin görüşler ile eğitim durumu arasında istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılık belirlenmemiştir ($F=0,638$; $p=0,671$).

Yerli turistlerin Doğu Karadeniz mutfağına ilişkin görüşleri mesleklerine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F=2,842$; $p=0,006$). Bu farklılığın hangi meslek gruplarından kaynaklandığını tespit etmek amacıyla yapılan Tukey testi sonuçlarına göre, işçiler (= 3,56) ile emekliler (= 3,38) ve ev hanımları (= 3,37) arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Gelir düzeyi açısından Doğu Karadeniz mutfağına ilişkin görüşleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılık belirlenmemiştir ($F=0,298$; $p=0,914$).

Yerli turistlerin Doğu Karadeniz mutfağına ilişkin görüşleri yaşadıkları bölgelere göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F=3,879$; $p=0,001$). Bu farklılığın hangi bölge gruplarından kaynaklandığını tespit etmek amacıyla yapılan Tukey testi sonuçlarına göre, Karadeniz Bölgesi’nde yaşayan turistler ile (= 3,81) ile Akdeniz Bölgesi’nde (= 3,40) ve Ege Bölgesi’nde (= 3,39) yaşayan turistler arasında anlamlı bir farklılık belirlenmiştir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Kırsal bölgeleri ziyaret eden turistler için, o bölgenin sahip olduğu yöresel mutfakların yer aldığı işletmeler ve bu işletmelerin sunduğu yöresel yiyecekler seyahat deneyimlerinin önemli bir parçasını oluşturabilmektedir. Bu durum son yıllarda talep ayağında değişmelerle ve turistlerin farklı tatil arayışları içerisinde girmeleriyle her geçen gün daha da fazla ön plana çıkmaktadır. Ayrıca, bu durum sadece turistler için değil gidilen bölge içinde önem taşımaktadır. Çünkü sahip olunan mutfak kültürü turistik ürün olarak kullanılabilir ve bölgeye turist çekmede etkili olabilmektedir. Bu araştırma da altı ili kapsayan (Ordu, Giresun, Trabzon, Rize, Gümüşhane, Artvin), önemli bir kırsal bölge olan Doğu Karadeniz’in mutfak kültürü değerlendirilerek, bölgeyi ziyaret eden turistlerin bölge mutfağına ilişkin görüşlerinin ortaya koyulması amaçlanmıştır. Bu amaç çerçevesinde yapılan çalışmanın bu bölümünde araştırma sonucunda ulaşılan sonuçlara ve

bu sonuçlara yönelik geliştirilen öneriler yer verilmiştir. Çalışmanın sonuçları şu şekilde özetlenebilir;

Araştırmaya katılanların çoğunluğu kadın, 50 yaş üzeri, evli ve lisans mezunu turistlerden oluşmaktadır. Örneklem grubu içerisinde, işçi ve 2001-3000 TL arası aylık gelire sahip yerli turistler yüksek orandadır. Doğu Karadeniz Bölgesi'ne gelen yerli turistlerin yaşadıkları bölgeler incelendiğinde, büyük bir kısmının Marmara Bölgesi'nde yaşadığı tespit edilmiştir.

Doğu Karadeniz Bölgesi'nin tercih edilme nedenleri arasında doğal güzellikler ve daha sonra bölgeye duyulan merak verilen cevaplar arasında ağırlıktadır. Bölgenin mutfağı ise tercih nedenleri arasında dördüncü sırada yer almaktadır. Bölgenin tercih edilme nedenleri arasında Doğu Karadeniz mutfağı dördüncü sırada yer almasına rağmen, yerli turistlerin seyahatleri süresince tercih ettikleri yemek çeşitlerinden bölge mutfağında yer alan yöresel yemeklerin diğer yemeklere göre yüksek oranda tercih edilmesi araştırma açısından dikkat çeken bir sonuçtur. Bu sonuç bölge için yöresel mutfağın çekicilik unsuru olarak kullanılmasına olanak sağlayabilir.

Araştırmaya katılan yerli turistlerin çoğunluğu bölgeye seyahat etmeden önce Doğu Karadeniz mutfağı hakkında bilgi edindiklerini ifade etmişlerdir. Elde edilen verilere göre, yerli turistler Doğu Karadeniz mutfağına, yönelik bilgileri yüksek oranda eş, dost ve akrabalarından edinmişlerdir.

Araştırmaya katılan yerli turistler Doğu Karadeniz mutfağında yer alan yöresel yemekleri ilk olarak birbirine yakın oranda konaklama tesisinde ve restoranda deneyimlemişlerdir. Seyahat süresince yaşanan deneyimler sonucu yerli turistlerin Doğu Karadeniz mutfağını beğeni düzeyleri oldukça yüksektir. Ayrıca, turistlerin büyük bir çoğunluğunun Doğu Karadeniz mutfağına özgü yemekleri tekrar tatmak istedikleri de araştırmadan elde edilen bir başka sonuçtur.

Araştırmaya katılan yerli turistlerin büyük çoğunluğunun Doğu Karadeniz Bölgesi'ni tekrar ziyaret etmek istedikleri, ancak bu tekrar ziyaret etme niyetinde bölge mutfağının etkisi'nin daha düşük oranda olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bulgular değerlendirildiğinde, bölgeyi ziyaret eden yerli turistlerin bölge mutfağını beğeni düzeylerinin, yöresel yemekleri tekrar deneyimlemek istemelerinin ve bölgeyi tekrar ziyaret etme niyetlerinin yüksek oranda olmasına rağmen, bu oranlara karşılık tekrar ziyaret niyetinde mutfağın etkisinin daha düşük oranda kalması bu araştırma da dikkat çeken sonuçlardan biridir.

Araştırmaya katılan yerli turistlerin yaşadıkları yere döndüklerinde Doğu Karadeniz mutfağını çevrelerindeki kişilere tavsiye edip etmeyeceği sorulduğunda, büyük çoğunluğu tavsiye edeceğini belirtmiştir.

Araştırmaya katılan yerli turistlerin Doğu Karadeniz mutfağına ilişkin görüşleri incelendiğinde, bölge mutfağında ait yemeklerin genel olarak olumlu yönde değerlendirildiği görülmektedir. Yerli turistler bölge mutfağında yer alan yöresel yemekleri kendine has tatlarla sahip, doğal, taze, doyurucu, besin değeri yüksek ve çok çeşitli olması açısından olumlu değerlendirilmiştir. En düşük katılım gösteren ifadeler ise bol sağanlı, sarımsaklı, et ağırlıklı ve ucuz ifadeleri olmuştur.

Araştırma bulgularının ortaya koyduğu sonuçlar doğrultusunda, bölgedeki restoranlara, konaklama işletmelerine, yerel halka, seyahat acentalarına, rehberlere, ilgili kurumlara ve akademisyenlere çeşitli önerilerde bulunulabilir:

Restoran ve Konaklama İşletmelerine Yönelik Öneriler

Araştırma sonucunda tespit edilen en önemli sorunlardan biri bölge mutfağının gelen turistlere yeterince sunulmaması, menülerde yer verilmemesi ve tanıtımının yapılmamasıdır. Bölgeye gelen yerli turistler tarafından yöresel yemeklerin merak edilip denenmek istendiği, ancak sunulan yemeklerin yetersiz bulunduğu dikkate alınarak, bölgede faaliyet gösteren restoranlar ile konaklama işletmeleri menülerinde veya açık büfelerinde bölge mutfağına özgü yemeklere daha fazla yer verebilir. Turistlerin yaşadıkları yerde tüketebilecekleri yemekler yerine, bölge mutfağına özgü yemeklerin sunulması gerekmektedir. Bundan dolayı, bölgeye özgü balık yemekleri, ot ve sebze yemekleri, hamur işleri ve tatlılar hazırlanıp, bunların menülerde bilgilendirici bir şekilde yer almasına dikkat edilmelidir. Bununla birlikte, işletmelerde diğer yiyeceklerin yanında bölge mutfağına özgü küçük tadımlar da sunulabilir. Özellikle bölgeye paket turlar ile gelip sınırlı tüketim olanağına sahip turistler için yöresel tabak hazırlanabilir. Bunların dışında, paket turlar ile gelenler için sadece yöresel yemeklerin sunulduğu restoranlar açılabilir.

Yöresel yiyeceklerin tümünün bir arada sunulacağı restoranlar açılmalıdır. Bu tarz restoranların bölge içinde değil bölge dışındaki diğer illerde de açılması sağlanmalıdır. Ayrıca bölge mutfağına özgü yiyeceklerin sayısının artırılmasının yanı sıra, sunuluş biçimleri ve kullanılan araç gereçlerin bölgenin kültürünü yansıttığı göz önünde bulundurulmalı ve bunlarla turistlerin dikkati çekilerek fark yaratılmalıdır.

Bölgeyi ziyaret eden yerli turistlerin olumsuz görüşlerinden bir diğeri yöresel yiyeceklerin pahalı olmasıdır. Bu durumda işletmeler maliyet ve menü analizleri yaparak, menüde yer alan yemeklerin fiyatları üzerinde düzenlemeler yapmalıdır. Ancak bu noktada hizmet kalitesi düşürülmemelidir, bu durum fırsatçılığa dönüştürülmemelidir. Bunların dışında, yerel halk bölge mutfağı hakkında bilinçlendirilmelidir.

İlgili Kurumlara Yönelik Öneriler

Elde edilen sonuçlardan biri, bölgenin daha çok doğal güzellikleri için tercih edilmekte olup, yöresel mutfağının dördüncü sırada yer aldığıdır. Öncelikle bölge mutfağının daha üst soralara çıkarılması adına, sahip olunan doğal ve zengin mutfak kültürü ön plana çıkarılmalıdır. Bu noktada, Doğu Karadeniz mutfağına özgü yemekler hakkında tanıtıcı bilgiler verilmeli, mutfak değerlerine ve bölgeye has yemeklere sahip çıkılmalı ve söz konusu bu değerlerin korunması için çalışmalar yapılmalıdır. Bölge mutfağında yer alan yöresel yemeklerin kaybolması engellenmeli, mutfak kültürünün uzantısı olarak nesillere aktarılmalıdır. Bu kapsamda ilgili kurumlar tarafından bölgeye özgü ürünlere ve yemeklere yönelik coğrafi işaret başvurusu yapılarak bu değerlerin bozulması ve unutulması engellenebilir. Özellikle bölge mutfağı içerisinde ön plana çıkan muhlama, karalahana çorbası, turşu kavurma, kaygana, hamsiköy sütlacı, hamsi tava ve laz böreği gibi yöresel yemeklerin coğrafi işaret kapsamına alınması önerilebilir.

Araştırma sonucunda tespit edilen en önemli sorunlardan bir diğeri bölge mutfağının gelen turistlere yeterince sunulmaması, menülerde yer verilmemesi ve tanıtımının yapılmamasıdır. Öncelikle bölgeye yönelik yapılan turizm tanıtım faaliyetleri içerisinde bölge mutfağına da yer verilmelidir. Araştırma sonuçlarında da görüldüğü gibi bölgeyi ziyaret eden turistler bölge mutfağı hakkındaki

bilgileri daha çok eş, dost ve akrabalarından edindikleri görülmektedir. Bu noktada bölge mutfağını tanıtan kitapçık, broşür, dergi ve benzeri materyaller hazırlanmalıdır. Ayrıca internet ve medya araçlarından yararlanılarak geniş kitlelere ulaşılmalıdır. Doğu Karadeniz Bölgesi'nde yer alan illerin İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerinin web sitelerinde bölge mutfağına ilişkin detaylı bilgiler yer almalı, illerin başlıca yemeklerinin tarifleri verilmeli ve görsellerle desteklenmelidir. Bölgenin sahip olduğu mutfak kültürü unsurlarının sergilenebileceği müze ve bölgeye özgü yemeklerin hem sunulabileceği hem de yapımının öğretilenebileceği eğitim merkezlerinin açılması için çalışmalar yapılabilir. Böylece, hem turist farklı bir deneyim yaşayacak hem de yapımını öğrendiği yemek tariflerini yaşadığı yerde deneyerek yemeklerin tanınırlığının artmasına katkı sağlayacaktır. Yine tanıtım konusunda etkili olan şenlikler ve festivaller düzenlenerek bu etkinliklerde bölge mutfağına özgü yöresel yiyeceklerin, tanıtımı, satışı, deneyimlenmesi için uygun ortamlar yaratılabilir. Fiyat konusunda, Bakanlık tarafından turizm işletmelerinde sunulan yiyeceklerle yönelik taban ve tavan fiyat belirlenmelidir.

Seyahat Acentalarına ve Rehberlere Yönelik Öneriler

Bölgeye yönelik paket tur düzenleyen seyahat acentaları Doğu Karadeniz Bölgesi'nin tanıtım etkinliklerinde bölge mutfağına da ağırlık vermelidir. Bu kapsamda, bölgenin sahip olduğu yöresel yemekler daha profesyonel işletmeler aracılığıyla gerek tur firmaları gerekse bölgedeki konaklama işletmeleri ile ortak çalışma yaparak lezzetlerin tatlandırılması sağlanabilir. Özellikle acenta ve bölgedeki yiyecek içecek işletmeleri arasında yaşanan ticari fırsatçılığın bir sonucu olarak ortaya çıkan ve turistlere yansıyan fiyatlandırma problemlerine yönelik önlemler alınmalıdır. Acentaların turist getirmek için işletmelerden talep ettikleri komisyon oranları düşürülmeli ve bu durum fırsatçılığa dönüştürülmemelidir. Doğu Karadeniz turuna çıkan rehberler bölge mutfağı hakkında bilgi sahibi olmalıdırlar. Böylece, seyahat süresince bölge mutfağına yer alan yöresel yemeklere ilişkin detaylı bilgi verilip, turistlerde yöresel yemekleri tüketme arzusu oluşturabilir. Benzer şekilde rehberler, gidilen konaklama işletmesi veya restoranlarda bölge mutfağına yönelik tavsiyelerde bulunarak, turistleri yöresel yemek tüketmeye teşvik edebilirler.

Akademisyenlere Yönelik Öneriler

Araştırmanın yapılması esnasında karşılaşılan güçlüklerden en önemlisi ilgili alanyazında konuyla ilişkili bölgeye yönelik yapılmış olan akademik çalışmaların yetersizliğidir. Bu nedenle, ilgili alanda çalışmalar yapan akademisyenlerin bölge mutfağına yönelik çalışmalar yaparak, ulaşılan sonuçlar ile turistlerin görüş ve beklentileri belirlenerek bölgenin tutundurma çabalarında katkı sağlayacağı göz ardı edilmemelidir. Diğer taraftan bölge mutfağına yönelik yapılacak çalışmaların mutfak kültürünün sürdürülebilirliğine, tanıtılmasına, olumsuz düşüncelerin ortaya çıkarılmasına, bu olumsuz düşüncelerin giderilip, memnuniyet oluşturmada yardımcı olacağı ve böylece mutfak kültürünün bir turistik ürün haline getirilerek bölgeye daha fazla turist çekilebileceği düşünülmektedir.

Araştırmanın bulguları yorumlanırken, kapsam açısından araştırmanın bazı sınırlılıklar taşıdığına dikkat çekmek gerekmektedir. Araştırmanın kapsamına sadece yerli turistler dahil edilmiştir. Bir diğer kısıt araştırmanın bölgeyi tur programı ile ziyaret eden yerli turistler üzerine uygulanmış olmasıdır. Bu kapsamda, ileride yapılacak olan

çalışmalara bölgeyi ziyaret eden yabancı turistler de dahil edilip karşılaştırmalı sonuçlara ulaşılabilir. Benzer şekilde sadece tur ile gelenler değil de bireysel olarak bölgeyi ziyaret eden turistler de örneklem grubuna dahil edilebilir. Bunların dışında, bölge mutfağına yönelik görüşlerin yanı sıra, bölgede faaliyet gösteren restoran ve konaklama işletmelerinin gerek verdiği hizmet gerekse sunduğu yiyeceklerle, çalışan personele yönelik görüşler alınıp sorunlar tespit edilebilir. Ayrıca konu, arz yönlü olarak ele alınarak bölge mutfağına yönelik sorunlar daha net anlaşılabilir.

TARTIŞMA

Bölgenin tercih edilme nedenleri arasında Doğu Karadeniz mutfağı dördüncü sırada yer almasına rağmen, yerli turistlerin seyahatleri süresince tercih ettikleri yemek çeşitlerinden bölge mutfağına yer alan yöresel yemeklerin diğer yemeklere göre yüksek oranda tercih edilmesi bölge için mutfak kültürünün çekicilik unsuru olarak kullanılmasına olanak sağlayabilir. Dolayısıyla, bölgedeki yiyecek içecek işletmelerinin mevcut yapılarını bu doğrultuda gözden geçirme ve yöresel yemeklere menülerde daha fazla yer verme gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır.

Doğu Karadeniz mutfağına yönelik bilgilerin yüksek oranda eş, dost ve akrabalarından edinilmesi bölgeden memnun ayrılan turistlerin bölgenin pazarlanmasındaki öneminin bir göstergesidir. Ancak bu durum aynı zamanda, bölge tanıtımındaki eksikliği de ortaya koymaktadır. Diğer bir ifade ile Doğu Karadeniz mutfağına, basın, kitap-broşür ve seyahat acentaları gibi bilgi kaynaklarından çok kulaktan dolma, ağızdan ağıza iletişim aracılığıyla tanıtılması, bölgenin tanıtımı konusunda yetersiz kaldığının göstergesidir.

Bölgeyi ziyaret eden yerli turistlerin bölge mutfağına beğeni düzeylerinin, yöresel yemekleri tekrar deneyimlemek istemelerinin ve bölgeyi tekrar ziyaret etme niyetlerinin yüksek oranda olmasına rağmen, bu oranlara karşılık tekrar ziyaret niyetinde mutfağın etkisinin daha düşük oranda kalması bu araştırma da dikkat çeken sonuçlardan biridir. Doğu Karadeniz mutfağına yönelik daha önce yapılmış çalışmalar incelendiğinde, yöresel yemeklerin restoran menü kartlarında gösterildiği bölümlerin bulunmadığı ve belli başlı yöresel yemekler dışında diğer yöresel yemeklerin sunulmadığı bölgede ki restoran yöneticilerinin mutfak kültürünün turizm ürünü olarak öneminin farkında olmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu bilgilerden hareketle, yerli turistlerin Doğu Karadeniz'i tekrar ziyaret etme niyeti oranına kıyasla bölge mutfağı etkisinin düşük düzeyde olmasına, bölgede yöresel mutfağın yeterince tanıtılıp sunulmaması, menülerde çok fazla yer verilmemesi, yöresel mutfağın çekicilik unsuru olarak kullanılabilmesinin farkında olunmaması ve gereken önemin verilmemesi neden olarak gösterilebilir. Turistlerin yaşadıkları yere döndüklerinde Doğu Karadeniz mutfağına çevrelerindeki kişilere tavsiye edecek olmasının bölge mutfağı açısından olumlu bir bulgu olduğu söylenebilir. Ayrıca, bölgeyi ziyaret eden yerli turistlerin seyahatleri süresince yaşamış oldukları mutfak deneyimlerinden memnun oldukları sonucu çıkarılabilir. Turistlerin yöresel yemekleri pahalı bulması, işletmelerin fiyatlandırma konusunda düzenlemeler yapma gerekliliğini de ortaya çıkarmaktadır.

KAYNAKLAR

[1] Telfer, D.J. ve Wall, G. (1998). Linkages Between Tourism and Food Production. *Annals of Tourism Research*, 23 (3), 635-653.

[2] Çokişler, N. ve Türker, A. (2015). Mutfak Kültürünün Turizm Ürünü Olarak Kullanım Etkinliğinin İncelenmesi: Ayder Turizm Merkezi Örneği. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi, 6 (14), 122-136.

[3] Şengül, S. (2015). Karadeniz Bölgesi Mutfak Kültürü ve Yöresel Yemekleri. S. Şengül, A. Çakır, G. Çakır, Yöresel Mutfaklar içinde. Ankara : TRAMEP Beta Basım Yayım.

[4] Cömert, M. ve Özata, E. (2016) Tüketicilerin Yöresel Restoranları Tercih Etme Nedenleri ve Karadeniz Mutfağı Örneği. Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 9 (42), 1963-1973.

[5] Aslan, E. (2017). Kırsal Turizmde Yenilik Ve Kırsal Turizm İşletmecilerinin Bireysel Yenilikçilik Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler (Katılımcılara Ve İşletmelere İlişkin) Açısından İncelenmesi: Kocaeli/Kartepe Örneği, Yüksek Lisans Tezi.

[6] Soykan, F. (2003) Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi İçin Önemi, Ege Coğrafya Dergisi, 12, 1-11

[7] OECD (1994). Tourism Strategies and Rural Development, OECD Press, France.

[8] Ahıpaşoğlu S. Çeltek E. 2006, Sürdürülebilir Kırsal Turizm, Gazi Kitabevi, Ankara, 148.

[9] Akça, H. (2004). Dünya’da ve Türkiye’de Kırsal Turizm. Standart Dergisi, 61-70.

[10] Avcıkurt, C. ve Ö. Köroğlu (2008), “Kırsal Turizm”, (Ed. N. Hacıoğlu, C. Avcıkurt) Turistlik Ürün Çeşitlendirmesi, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara

[11] Akın, G., Özkoçak, V. ve Gültekin, T. (2015). Geçmişten Günümüze Geleneksel Anadolu Mutfak Kültürünün Gelişimi. Ankara Üniversitesi, Dil Ve Tarih – Coğrafya Fakültesi, Ankara, 33-51.

[12] Düzgün, E. ve Durlu-Özkaya, F. (2015). Mezopotamya’dan Günümüze Mutfak Kültürü. Journal of Tourism Gastronomy Studies, 3 (1), 41-47.

[13] Okumuş, B., Okumuş, F. ve Mckercher, B. (2007). Incorporating Local and International Cuisines in The Marketing of Tourism Destinations: The Cases of Hong Kong and Turkey. Tourism Management, 28 (1), 253-261.

[14] Selwood, J. (2003). The Lure of Food: Food as An Attraction in Destination Marketing in Manitoba, Canada.

In C.M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis ve B. Cambourne (Edt.), Food Tourism Around The World: Development, Management, and Markets (pp. 178-191). London: Butterworth Heinemann.

[15] Yüncü, H. R. (2010, Mayıs 21). Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası. Detay Anatolia Akademik Yayıncılık, s. 50-60.

[16] Altınel, H. (2009). Gastronomide Menü Yönetimi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

[17] Mckercher, B., Okumuş, F. ve Okumuş, B. (2008). Food Tourism As a Viable Market Segment: It’s All How You Cook The Numbers. Journal Of Travel and Tourism Marketing, 25 (2), 137- 148.

[18] Quan, S. ve Wang, N. (2004). Towards a Structural Model of The Tourist Experience: An Illustration From Food Experiences in Tourism. Tourism Management, 25 (3), 297-305.

[19] Shenoy, S.S (2005). Food Tourism and The Culinary Tourist. Unpublished Ph. Doctoral Thesis, Clemson University, America.

[20] Du Rand, G.E., Heath, E. ve Alberts, N. (2003). The Role of Local and Regional Food in Destination Marketing: A South African Situation Analysis. Journal of Travel & Tourism Marketing, 14, 97-112.

[21] Horng, J. S. ve Tsai, C.T. (2012). Culinary Tourism Strategic Development: An Asia-Pacific Perspective. International Journal of Tourism Research, 14 (1), 40-55.

[22] Bozok, D. ve Kahraman, K. (2015). Kırsal Turizmde Yöresel Yemek Kültürünün Rolü: Balıkesir. Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 5 (1): 85-90.

[23] Çokişler, N. (2013). Türk Halk Kültürü Ürünlerinin Turizmde Kullanımı: Doğu Karadeniz Örneği. Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

[24] Düzgüneş, E. (2010). Hamsinin Karadeniz Kültüründeki Yeri ve Hamsi Avcılığının Tarihsel Gelişimi. 1. Ulusal Hamsi Çalıştayı: Sürdürülebilir Balıkçılık, Trabzon.