



T.C.

TOKAT GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**TURİSTLERİN YEMEK KÜLTÜRÜNÜN RESTORAN
İŞLETMELERİNDE MENÜ VE REÇETELERE ETKİSİ: TRABZON
ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Ayşenur OLGUN

Danışman: Doç. Dr. Ediz GÜRİPEK

TOKAT-2025

ETİK SÖZLEŞME

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü tez yazım kılavuzuna göre, Doç. Dr. Ediz GÜRİPEK danışmanlığında hazırlamış olduğum “Turistlerin Yemek Kültürünün Restoran İşletmelerinde Menü ve Reçetelere Etkisi: Trabzon Örneği” adlı Yüksek Lisans/ Doktora tezinin bilimsel etik değerlere ve kurallara uygun, özgün bir çalışma olduğunu, aksinin tespit edilmesi halinde her türlü yasal yaptırımını kabul edeceğimi beyan ederim.

31/01/2025

Ayşenur OLGUN

ONAY

Ayşenur OLGUN tarafından hazırlanan “**Turistlerin Yemek Kültürünün Restoran İşletmelerinde Menü ve Reçetelere Etkisi: Trabzon Örneği**” adlı tez çalışmasının savunma sınavı 31.01.2025 tarihinde yapılmış olup aşağıda verilen Jüri tarafından Oy Birliği ile Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı’nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri (Unvanı, Adı Soyadı)

İmzası

Üye : (Başkan) Doç. Dr. Ediz GÜRİPEK

.....

Üye : Doç. Dr. Cemal İNCE

.....

Üye : Doç. Dr. Serdar EREN

.....

ONAY

...../...../.....

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

ÖNSÖZ

Yüksek lisans eğitimim boyunca kıymetli bilgi, birikim ve tecrübeleri ile bana yol gösteren ve destek olan öğrencisi olmaktan onur duyduğum değerli danışman hocam Sayın Doç. Dr. Ediz GÜRİPEK'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Her zaman bir ailem oradaymış gibi hissettiren zaman fark etmeksizin her an desteklerini esirgemeyen akademik anlamda değerli bilgilerini paylaşan Arş. Gör. Dr. Cansu GÜRİPEK'e teşekkür ederim.

Yüksek Lisans eğitimim boyunca bana kattıkları değerler ve bilgiler için Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı tüm öğretim üyelerine yani saygıdeğer hocalarıma ayrıca teşekkürü borç bilirim.

Tüm eğitim hayatım boyunca daima yanımda olan annem Songül OLGUN'a babam Ramazan OLGUN'a kardeşim, Mehmetcan OLGUN'a, Nurşah OLGUN'a eğitim hayatım boyunca her an yanımda ve aynı çalışma arkadaşım olan desteklerini esirgemeyen kız kardeşim Mervegül KÖSE'ye sonsuz teşekkür ederim. Alan araştırması safhasında motive edici, tez yazma sürecinde desteklerine cömertçe paylaşan Ebubekir HACISALİHOĞLU'na ayrıca teşekkürlerimi sunarım.

Beşikdüzü Borsa İstanbul Fen Lisesi'nde görevli değerli idarecilerim ve çalışma arkadaşlarım bu süreçte eğitimime destek olup bu yolda ilerken her türlü fırsatı bana sunduğunuz için sizlere ayrıca çok teşekkür. Bu süreçte katkı sağladıkları için ayrıca onlara teşekkürü borç bilirim.

ÖZET

TURİSTLERİN YEMEK KÜLTÜRÜNÜN RESTORAN İŞLETMELERİNDE MENÜ VE REÇETELERE ETKİSİ: TRABZON ÖRNEĞİ

OLGUN, Ayşenur

Yüksek Lisans Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Ediz GÜRİPEK

Ocak 2025, ii + 120 sayfa

Bu araştırma; tatillerini geçirmek üzere Doğu Karadeniz Bölgesi'nde turizm sektöründe önemli bir yeri olan Trabzon iline gelen ve konaklayan yabancı turistlerin yöresel mutfak ve Türk mutfağı yemeklerine ilişkin tutumlarını ve menü ve reçete değişim isteklerini belirlemek amacıyla yürütülmüştür.

Trabzon, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde turistlerin yoğun ilgisini çeken bir şehir olarak öne çıkmaktadır. Şehrin en popüler ziyaret noktaları arasında Sümela Manastırı, Uzun göl ve Sera Gölü bulunmaktadır. Trabzon'a gelen Arap turistlerin çoğunluğunu Suudi Arabistanlılar oluştururken, Katar, Bahreyn ve Kuveyt gibi birçok ülkeden de ziyaretçiler gelmektedir.

Bu çalışma, turistlerin yemek kültürünün turizm üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Yemek kültürünün turizmdeki rolü ve turistlerin yemek kültürüne olan ilgisi üzerine odaklanarak, Trabzon'un gastronomik zenginlikleri ve bu zenginliklerin turizme etkisi üzerinde durulmuştur. Ayrıca yerel yemek kültürünün turistik menülere etkisi, Trabzon yemeklerinin turistik menülerde yer alması ve yöresel reçetelerin turizmdeki kullanımı konuları da ele alınmıştır. Sonuçlar ve öneriler bölümünde ise Trabzon yemek kültürünün turizmdeki önemi ve yerel yemek kültürünün korunması ve tanıtılması konularına vurgu yapılmıştır.

Araştırma sürecinde öncelikle ilgili literatür taranarak yapılandırılmış bir soru formu oluşturulmuştur. Ardından Trabzon merkez ve ilçelerinde bulunan 16 restoranın

aşçıları ve yöneticileri ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiş, bu görüşmeler çözümlenerek analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular ışığında, restoranlar için gerekli bilgilendirme ve eğitimlerin düzenlenmesinin turizm sektörünün geleceği açısından büyük önem taşıdığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yemek Kültürü, Menü, Reçete, Restoran İşletmeleri, Trabzon



ABSTRACT

THE EFFECT OF TOURISTS' FOOD CULTURE ON THE MENUS AND RECIPES IN RESTAURANTS: TRABZON EXAMPLE

OLGUN, Ayşenur

Master's Degree Tourism Management and Hotel Management Department

Thesis Advisor: Doç. Dr. Ediz GÜRİPEK

January 2025, iv + 120 pages

This study was conducted to determine the attitudes of foreign tourists who come to Trabzon, which has an important place in the tourism sector in the Doğu Karadeniz Region, to spend their holidays and to determine their attitudes towards local cuisine and Turkish cuisine dishes and their requests for menu and recipe changes.

Trabzon stands out as a city in the Doğu Karadeniz Region that attracts great interest of tourists. Sümela Manastırı, Uzungöl and Sera gölü are among the most popular places to visit in the city. While the majority of Arab tourists to Trabzon are from Saudi Arabia, visitors come from many other countries such as Qatar, Bahrain and Kuwait.

This study aims to examine the impact of tourists' food culture on tourism. By focusing on the role of food culture in tourism and tourists' interest in food culture, the gastronomic richness of Trabzon and its impact on tourism are emphasized. In addition, the impact of local food culture on touristic menus, the inclusion of Trabzon dishes in touristic menus and the use of local recipes in tourism are also discussed. In the conclusions and recommendations section, the importance of Trabzon food culture in tourism and the protection and promotion of local food culture are emphasized.

In the research process, firstly, a structured questionnaire was created by reviewing the relevant literature. Then, face-to-face interviews were conducted with the cooks and managers of 16 restaurants located in the center and districts of Trabzon.

Key Words: Food Culture, Menu, Prescriptions, Restaurant Businesses, Trabzon

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ETİK SÖZLEŞME.....	2
ONAY	3
ÖNSÖZ	i
ÖZET	ii
ABSTRACT.....	iv
İÇİNDEKİLER	v
TABLolar LİSTESİ.....	ix
ŞEKİLLER VE FOTOĞRAF LİSTESİ.....	x
KISALTMALAR.....	xi
GİRİŞ	1
1. Bölüm: TURİSTLERİN YEMEK KÜLTÜRÜNE ETKİSİ	3
1.1. Turist Kavramı ve Tanımı.....	3
1.2. Yerli ve Yabancı Turist Profili	4
1.3. Kültür	6
1.4. Yemek.....	7
1.5. Yemek Kültürü Kavramı	8
1.5.1. Yemek Kültürünün Oluşmasında Etkin Bir Unsor Olarak Din.....	10
1.5.2. Yemek Kültürünün Tarihsel Gelişimi	11
1.6. Türk Yemek Kültürü.....	12
1.6.1. Orta Asya Dönemi Yemek Kültürü	13
1.6.2. Selçuklu Dönemi Yemek Kültürü	16
1.6.3. Osmanlı Tarihinde ve Anadolu Geleneğinde Yemek Kültürü	18
1.6.4. Cumhuriyet Döneminde Yemek Kültürü	20
1.7. Ortadoğu ve Arap Turistler Hakkında Genel Bilgiler	22
1.7.1. Arap Ülkelerinin Jeopolitik Konumu	22
1.7.2. Arap Baharının Yansımaları	23
1.7.3. Arap Baharının Türkiye Turizmine Etkisi.....	24
1.7.4. Arap Turizm Modeli	26
1.7.5. Tarihden Günümüze Türk-Arap Yemek Kültürü Etkileşimi	28
1.7.6. Arap Mutfağı ve Temel Özellikleri	30
2. Bölüm: RESTORAN İŞLETMELERİNDE MENÜ VE REÇETELENDİRME.....	32
2.1. Restoran İşletmeleri ile İlgili Kavramsal Çerçeve	32

2.2.Menü Kavramı ve Tarihçesi	36
2.3. Menü Çeşitleri.....	38
2.3.1 Sunma Şekli ve Fiyat Yapısı Açısından Menüler	39
2.3.1.1.Tabldot Menüler	39
2.3.1.2. Alakart Menüler.....	40
2.3.1.2.1. İşletmenin Spesiyaliteleri Menüsü	41
2.3.1.2.2. Özel Tutundurma Menüleri	41
2.3.2. Değişirme Sıklığı Açısından Menüler	41
2.3.2.1. Sabit (Değişmez) Menüler.....	41
2.3.2.2. Devirli Menüler	41
2.3.3. Yemek Öğünleri Açısından Menüler	42
2.3.3.1 Kahvaltı Menüleri.....	42
2.3.3.2. Öğle Menüsü (Dejeuner)	42
2.3.3.3. Akşam Yemeği Menüsü (Diner)	42
2.3.4. Özel Menüler	43
2.3.4.1. Çocuk Menüsü.....	43
2.3.4.2. İçecek Menüsü.....	43
2.3.4.3. Tatlı Menüsü.....	43
2.3.4.4. Oda Servisi Menüsü	43
2.3.4.5. Özel Mutfak Menüsü.....	43
2.3.4.6. Ziyafet Menüleri.....	44
2.4. Menü Planlama ve Geliştirme.....	44
2.5. Menü Tasarımı.....	45
2.5.1.Menü Tasarım Çeşitleri	46
2.5.1.1.Tek Sayfalı Menüler	46
2.5.1.2. İki Katlamalı Menüler	47
2.5.1.3. Zarf Katlamalı Menüler	48
2.5.1.4. Üç Katlamalı Menüler	49
2.6. Restoranlarda Dijital Menüler	49
2.7. Menü Fiyatlandırma.....	51
2.8. Standart Reçete Kavramı	51
3. BÖLÜM: TRABZON MUTFAK KÜLTÜRÜ	53
3.1. Trabzon Hakkında Genel Bilgiler.....	53
3.1.1. Trabzon'un Tarihi.....	53

3.1.2. Coğrafi Konumu	54
3.1.3. Nüfus	55
3.1.4. İşgücü	56
3.1.5. Sağlık.....	56
3.1.6. Yeraltı Kaynakları	56
3.1.7. Tarım ve Hayvancılık	57
3.2. Trabzon İlinde Turizm	57
3.2.1. Trabzon İlinde Alternatif Turizm Çeşitleri.....	58
3.2.1.1. Yayla Turizmi.....	59
3.2.1.2. Kültür Turizmi.....	62
3.2.1.3. Sağlık Turizmi	63
3.2.1.4. Kuş Gözlemleme Turizmi	63
3.2.1.5. Mağara Turizmi	63
3.2.1.6. Sportif Olta Balıkçılığı	64
3.2.1.7. Kongre Turizmi	64
3.2.1.8. İnanç Turizm	64
3.3. Trabzon İlinde Turizm Verileri.....	65
3.4. Trabzon İlinin Yöresel Yemekleri	68
3.5. Trabzon’da Bulunan Restoranlarda Sunulan Yöresel Yemekler	69
3.5.1. Ekmek Çeşitleri	70
3.5.1.1. Vakfıkebir Ekmeği	70
3.5.1.2. Mısır Ekmeği	71
3.5.1.3. Hamsili Ekmek	72
3.5.2. Çorbalar	72
3.5.2.1. Lahana Çorbası.....	72
3.5.2.2. Ayrınlı (Yoğurtlu) Mısır (Darı) Çorbası	73
3.5.2.3. Isırgan çorbası	73
3.5.3. Ana Yemekler.....	74
3.5.3.1. Akçaabat Köfte.....	74
3.5.3.2. Hamsili Pilav	75
3.5.3.3. Hamsi Tava.....	75
3.5.3.3. Kuymak	76
3.5.3.4. Lahana Sarması	76
3.5.3.4. Trabzon Pidesi	77

3.5.3.5. Fasulye Turşusu Kavurması	78
3.5.4. Tatlılar	78
3.5.4.1. Hamsiköy Sütlacı.....	78
3.5.4.1. Kabak Tatlısı	79
4. BÖLÜM: YÖNTEM	80
4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	80
4.2. Araştırma Yöntemi	80
4.3. Araştırma Tasarımı	81
4.4. Örneklem Grubu	81
4.5. Veri Toplama Araçları	81
4.6. Verilerin Analizi	82
4.7. Güvenirlik ve Geçerlik Çalışmaları	83
5. BÖLÜM: BULGULAR VE TARTIŞMA	84
5.1. Demografik Bulgular	84
5.2. Mülakatlardan Elde Edilen Bulgular	85
6. BÖLÜM: SONUÇ VE ÖNERİLER	94
KAYNAKÇA.....	97
ÖZGEÇMİŞ	121

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo No:	Sayfa
Tablo 1: Orta Asya’da Tüketilen Yiyecek ve İçecekler.....	15
Tablo 2: Selçuklu Tüketilen Yiyecek ve İçecekler.....	17
Tablo 3: Arap Ülkelerinin Coğrafi Dağılımı.....	22
Tablo 4: Trabzon’un Coğrafi ve Beşerî Özellikleri Veriler.....	55
Tablo 5: Yaylalara Olan Mesafeler ve Rakım.....	60
Tablo 6: Yıllara Göre Trabzona Yerli Ve Yabancı Gelen Turist Sayısı.....	65
Tablo 7: Çalışma Grubunun Demografik Özellikleri.....	81

ŞEKİLLER VE FOTOĞRAF LİSTESİ

Fotoğraf No.....	Sayfa
Fotoğraf 1:Tarihte İlk Restoran Boulanger.....	34
Fotoğraf 2:Tek Katlamalı Menü.....	47
Fotoğraf 3: İki Katlamalı Menü.....	48
Fotoğraf 4:Zarf Katlamalı Menü.....	48
Fotoğraf 5: Üç Katlamalı Menü.....	49
Fotoğraf 6: Vakfıkebir Ekmeği.....	71
Fotoğraf 7: Mısır Ekmeği.....	71
Fotoğraf 8: Hamsili Ekmek, Hamsi Kuşu.....	72
Fotoğraf 9: Lahana Çorbası.....	73
Fotoğraf 10: Ayranlı (Yoğurtlu) Mısır (Darı) Çorbası.....	73
Fotoğraf 11: Isırgan Çorbası.....	74
Fotoğraf 12: Akçaabat Köfte.....	74
Fotoğraf 13: Hamsili Pilav.....	75
Fotoğraf 14: Hamsi Tava.....	76
Fotoğraf 15: Kuymak	76
Fotoğraf 16: Lahana Sarması.....	77
Fotoğraf 17: Trabzon Pidesi.....	77
Fotoğraf 18: Fasulye Turşu Kavurması.....	78
Fotoğraf 19: Hamsi Köy Sütlacı.....	79
Fotoğraf 20: Kabak Tatlısı.....	79

KISALTMALAR

Akt.: Aktaran

S.: sayfa sayısı

M.Ö.: Milattan Önce

M.S.: Milattan Sonra

Y.Y.: Yüzyıl

B.A.E: Birleşik Arap Emirlikleri

DOKA: Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı

BAKA: Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı

TDK: Türk Dil Kurumu

UX/UI: "User Experience (Kullanıcı Deneyimi) / User Interface" (Kullanıcı Arayüzü)

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

USD: Amerikan Doları veya Birleşik Devletler Doları

Km²: Kilometre kare

G/m²: Gramaj/ Metrekare

TR90: Doğu Karadeniz Bölgesi Artvin, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize ve Trabzon illerinden oluşmaktadır.

ABD: Amerika Birleşik Devletler

PDF: Portable Document Format (Taşınabilir Belge Formatı)

QR: Quick Response Code (Karekod)

GİRİŞ

Son yıllarda değişen ve gelişen turizm sektörü farklı deneyimler talep eden turistler için birçok seçenek sunmaktadır. Turist tercihleri açısından belirgin değişimlerin yaşandığı ve geleneksel deniz-kum-güneş odaklı ürünlerin dışında alternatif arayışların ortaya çıktığı gözlemlenmektedir. Bu süreç boyunca, daha önce turizm ürünü içerisinde destekleyici unsurlar olarak değerlendirilen ve kendi başlarına turistleri bir destinasyona çekme potansiyeline sahip olmadığı düşünülen yiyecek ve içecekler, son yıllarda destinasyonlar için bağımsız bir çekim kaynağı haline gelmiştir (Okumus, Okumus ve McKercher, 2007). Turistlerin yemek kültürüne olan ilgisi, özellikle gastronomi turizminin son yıllarda artan popülaritesiyle dikkat çekmektedir. Mutfak kültürü, turistlerin bir destinasyonu tercih etmelerinde ve deneyimlerini zenginleştirmelerinde önemli bir rol oynamaktadır (Quan ve Wang, 2004). Bu bağlamda, restoran işletmelerinde sunulan menüler ve reçeteler, turistlerin beklentilerini karşılamada kritik bir öneme sahiptir. Altınel (2009). Bir bölgenin mutfak kültürünün, o bölgeyi ziyaret eden turistler için bir cazibe merkezi olabileceğini vurgulamaktadır. Yemek, yörenin kültürü ve kimliğin en önemli unsurlarındandır. İnsanlar yemeği fizyolojik ihtiyaç olarak görmenin yanında yemek bir toplumun sosyal statüsü, inanç, yaşama şekli, güç ilişkisi hakkında bilgi vermektedir (Beşirli,2010). Turistlerin destinasyon tercihlerini dini inanç ve yemek kültürü etkilemektedir. Arap ülkelerinin Türkiye tercih etme Müslüman ülke olması, dolayı ziyaret etmektedir (DOKA, 2015; Sezer, 2017).

Bu araştırma, Trabzon'da faaliyet gösteren restoranları ziyaret eden turistlerin yemek kültürünün menü ve reçetede etkisi üzerine çalışma yapılmıştır. Çalışmada katılımcılara yöneltilen sorularda en çok Arap Ülkelerinden ziyaretçi ağırlandığı belirtilmiştir. Restoran işletmelerinin genel olarak sorunları Arap turistlere yemeklerin nasıl uyarlandığını, menülerde yapılan değişiklikler, müşteri taleplerinin karşılanabilmesi için alınan önlemler gibi durumları belirlemek için araştırma gerçekleştirilmiştir. Yapılan araştırmalarda alan yazında, Türkiye’de gastronomi turizmi üzerine çeşitli çalışmalar bulunmakla birlikte, Trabzon'daki restoranların Arap ülkelerinden gelen turistlere yönelik menü değişimleri ve müşteri beklentilerine adaptasyonu konusunda sınırlı sayıda çalışma

mevcuttur (Özgöller, 2019; Sevinç, 2019). Çalışmalar menüde yer alan yöresel yemekler ile ilgili çalışmalar yapılmıştır. Çalışmalar da yöresel yemeklerin menüde yer alma düzeyi (Yılmaz, 2020), gastronomi turizmi açısından Zigana yöresi adlı çalışmada yöreye ait bilgileri hakkında değerlendirme yapılmıştır (Çavuş, Işık ve Yalçın, 2018). Trabzon ilinin turistik yerlerinden biri olan Uzungöl'de bulunan yiyecek ve içecek işletmelerinin menülerinde coğrafi işaretli ürünlerin yer alma durumunu incelenmiştir (Murat ve Ergen, 2022). Özellikle Trabzon ilinde yapılan incelemelerde, restoran işletmelerinin Arap turistler için menülerde nasıl bir değişiklik yaptığına, müşteri beklentilerine nasıl yanıt verildiğine, nasıl yemek beklentileri olduğuna ve bu durumun nasıl yansıdığına ilişkin veriler eksiktir. Arap ülkelerinden gelen turistlerin Trabzon'da yemek tercihleri ve menülerde yapılan değişiklikler ayrıntılı olarak araştırmaların analizlerinde ele alınmamıştır. Trabzon'daki restoran yapısının helal gıda üretimi ve Arapların kültürel beklentilerine nasıl uyum sağladığı hakkında kapsamlı bir çalışma mevcut değildir. Bu çalışma, mevcut literatürdeki bu eksiklikleri gidermeyi amaçlamakta ve Trabzon'daki restoranın Arap ülkelerinden gelen misafirlere yemeklerin nasıl uyarlandığı, menü ve reçetelerde yapılan değişimlerin turist atmosferine etkisi ve işletmecilerin bu süreçte karşılaştıkları sorunlar ele alınmaktadır. Gastronomi turizmine katkı sağlaması, yerel restoranların rekabet gücünü artırması ve Arapların Trabzon'a yönelik turizm faaliyetlerinin güçlendirilmesi ve bu konuda eğitim verilmesi bölgede turizmin geliştirilmesi için faydalı olacaktır. Ayrıca Trabzon'daki restoran işletmecilerinin Arap ülkeleri yönelik stratejilerini ortaya çıkarmayı hem akademik literatüre katkı sağlamayı hem de sektöre pratik öneriler sunmayı hedeflemektedir.

1. BÖLÜM: TURİSTLERİN YEMEK KÜLTÜRÜNE ETKİSİ

1.1. Turist Kavramı ve Tanımı

Turizm sektörü, küresel ölçekte her geçen gün hızla değişen ve sürekli kendini yenileyen bir alan olarak öncü konumunu korumaktadır. Küreselleşmenin etkisiyle dünya daha da küçülmekte, bireyler ise uzak destinasyonlara seyahat etme isteği göstermektedir. Bu gelişimin arkasında, artan kişisel harcanabilir gelirler ve iletişim teknolojilerindeki hızlı ilerlemeler önemli bir rol oynamaktadır (Mengü, 2008).

Literatürde "turist" kavramı ile ilgili çeşitli tanımlar mevcuttur. 1937 yılında Milletler Cemiyeti İstatistik Uzmanları Komitesi tarafından yapılan ilk tanıma göre, bir turist, sürekli ikamet ettiği yerin dışına çıkarak 24 saatten az olmamak koşuluyla farklı bir ülkeyi ziyaret eden bireydir. Zamanla, turist kavramının evrim geçirerek değişmesi, birçok farklı tanımın ortaya çıkmasına neden olmuştur (Sarı, 1996).

Turist, ticari kazanç amacı gütmeyen, seyahat ederek sürekli ikamet ettiği yeri geçici olarak terk eden ve konaklama hizmetlerinden faydalanan, psikolojik tatmin arayan, sınırlı harcama gücü ve zamanı doğrultusunda tüketim gerçekleştiren bireydir (Tetik, 2006).

Turizmin yönünü belirleyen ve olayların gerçekleşmesini sağlayan kişi, genellikle turist olarak adlandırılır (Paksoy, 1994).

Turistler, seyahatlerinde tarihi mekânları keşfetmenin ve doğal güzelliklerin tadını çıkartmanın yanı sıra şifalı sularla ve kaplıcalarla huzur bulmayı amaçlayan kişilerdir. İnsanlar doğaları gereği çeşitli atmosferlere karşı ilgi gösterme eğilimindedirler. Bu eylemi gerçekleştiren kişiler yine turistlerdir (Şenel, 2001).

Yukarıdaki tanımlardan hareketle turist; 24 saatten az olmamak şartıyla veya en az bir geceleme yapan, herhangi bir kazanç amacı gütmeyen, dinlenmek, eğlenmek veya kültürel, bilimsel, sportif, idari, diplomatik, dinsel, sağlık gibi çeşitli nedenlerle geçici olarak yaşadığı yerden ayrılıp belirli bir süre seyahat eden ve konakladıktan sonra tekrar ikamet ettiği yere dönen kişi olarak tanımlanabilir.

1.2. Yerli ve Yabancı Turist Profili

Turistlerin destinasyonlarda ne tür profillere sahip olduklarını anlamak, destinasyon pazarlaması ve turizm tanıtım politikalarının belirlenmesine büyük katkı sağlayabilir (Eryılmaz, 2020).

Turist profili kavramı, dört ana unsuru içermektedir: demografik, coğrafik, psikolojik ve sosyo-ekonomik özelliklerdir. Demografik özellikleri belirleyen unsurlar arasında yaş, cinsiyet, medeni durum, meslek, milliyet ve seyahate katılan kişi sayısı yer almaktadır. Turistik bir destinasyondan alınan memnuniyetin analizi için demografik değişkenler, göz önünde bulundurulması gereken önemli unsurlardandır. Bu nedenle, turizm araştırmalarında turist profillerini belirlemek için demografik faktörler sıkça tercih edilmektedir.

Coğrafi profil, turistin geldiği il veya ülke gibi unsurlarla şekillenirken, psikolojik profil ise ziyaret amacı, boş zaman aktiviteleri, kalış süreleri ve konaklama tercihleri gibi belirleyici unsurlardan oluşur. Sosyo-ekonomik profilin temelini ise yıllık gelir, eğitim seviyesi, ulaşım tercihleri, harcama miktarı ve fiyat esnekliği gibi faktörler oluşturur (Saayman, 2001; Kotler, Bowen ve Makens 1999; Eryılmaz, 2020).

Dünya genelindeki turizm destinasyonlarının benzer özellikler taşıması, farklı deneyimler arayan turistleri yeni heyecanlar ve keşifler peşinde koşturmayı yönlendirmiştir. Bireysel ya da küçük gruplar halinde yapılan seyahatler, kitlesel turizmin yerini almaya başlamaktadır. Bu değişimin doğal bir sonucu olarak, turist profillerinde görülmeye değer farklılıklar yaşanmaktadır. Eşsiz doğal güzellikleri, zengin tarih ve kültüre sahip, sakin nüfusu ve yerel kültürlerini koruyan kırsal bölgeler, giderek artan bir ilgiyle karşılanmaktadır (Bingöl ve Çakır, 2020).

1970-2000 yılları arasında Trabzon'un zengin tarihi mirası ve doğal güzellikleri, turizm sektörünün şekillenmesinde önemli bir rol oynamıştır. Özellikle eski kiliseler ve manastırlar, tarihi yapılar arasında yabancı turistlerin ilgisini çeken başlıca unsurlar olmuştur. Bu dönemde yerel basında yapılan haberlerden de anlaşılacağı üzere, turizm sezonunun başlamasıyla birlikte Sümela Manastırı ve Ayasofya Müzesi hem yerli hem de yabancı ziyaretçilerin yoğun ilgi gösterdiği yerler olarak ön plana çıkmış ve bu durum yerel ekonomiye önemli bir katkı sağlamıştır (Yılmaz ve Parlak, 2017).

Doğu Karadeniz, öncelikle 1970 yıllarında Kaçkar Dağları'nı ziyaret eden yabancı turistlerin dikkatini çekmiştir. Sonrasında ise Trabzon Havalimanı'nın varlığı sayesinde, Büyük Anadolu Turu olarak adlandırılan ve Doğu Anadolu ile Güneydoğu Anadolu gibi bölgeleri de kapsayan turların başlangıç noktası hâline gelmiştir (Doğu vd, 1993,; Dinçer, 1989, akt. Çokişler ve Türker, 2015).

Ağustos 1970'te yayımlanan bir haberde, Temmuz ayında Trabzon'u ziyaret eden yabancı turistlerin %60'ının İngiliz ve Fransızlardan oluştuğu bildirilmiştir. Ayrıca, 1 Mayıs 1982 tarihli bir habere göre, Trabzon'a bu yılki ilk turist kafilesinin 2 Mayıs'ta deniz yoluyla Federal Almanlar tarafından geleceği duyurulmuştur (İleri, 1 Mayıs 1982: 1. akt. Yılmaz ve Parlak, 2017, s.111).

Arap turistlerle ilgili haberlere yerel medyadan ulaşmak mümkündür. Özellikle, 19 Temmuz 1984 tarihinde yayımlanan ve Trabzon'a ilk kez bir Arap turist kafilesinin geldiğini duyuran haber dikkat çekicidir. Röportajda, Arap turistler grup halinde Trabzon'a geleceklerini ifade etmişlerdir (İleri, 19 Temmuz 1984:1. akt. Yılmaz ve Parlak, 2017, s.111).

1986-1988 yılları arasında Trabzon'u en çok ziyaret eden turist Almanlar olurken, bunu Fransızlar, Benelüks ülkeleri vatandaşları ve İngilizler takip etmektedir. 1990'lı yılların ortalarından ise Rus turistler Trabzon'u daha çok ziyaret ettiği görülmektedir (Karadeniz Olay, 19 Temmuz 1996: 5. akt. Yılmaz ve Parlak, 2017, s.111).

Trabzon'da turizm, 1990'lı yıllarda Rus turistlerin bölgeyi keşfetmesiyle başlamış, bu süreç 2000'lerde Arap turistlerle devam etmiştir. Son yıllarda, artan Arap turist sayısı ile birlikte, şehirde önemli kentsel dönüşümler gerçekleştirilmiş; sayısız otel, araba kiralama şirketi, restoran ve eğlence merkezi açılmıştır. Turizm, kentin ekonomik yapısının temel bileşenlerinden biri haline gelmiştir. Bunun yanı sıra, Arap turistlerle etkileşim sonucunda yeni anlatılar ve temsiller de ortaya çıkmıştır (Sevinç, 2019).

2000'li yıllardan sonra Trabzon'daki turizm, gelişmeye devam etmektedir. Turist profilindeki değişiklik, dikkat çeken gelişmenin odak noktasıdır. Doğu Karadeniz Bölgesinde, Trabzon ilinde genellikle Araplara odaklanılmaktadır (Günebakış, 1 Temmuz 2004: 4; akt. Yılmaz ve Parlak, 2017, s.116).

Doğu Karadeniz Bölgesi'ne gelen Trabzon'u ziyaret eden turistlerin son yıllara kadar büyük bir çoğunluğu genellikle yerli turistlerden oluşmaktaydı. Arap turistler, son zamanlarda bölgenin doğal güzelliklerine ve her tonunda yeşilin bulunduğu doğasına büyük bir ilgi göstermektedirler. Bölge turizminin ilerlemesi için bu durum oldukça önemlidir. Türkiye'ye yönelik Ortadoğu ve Arap turistlerin ilgisi, 2010 yılında Arap baharı ile birlikte azalsa da, sonraki yıllarda artış gösterme eğilimine girmiştir. Bu artışta, Türk filmleri ve dizilerinin dünya genelinde, özellikle Arap ülkelerinde gördüğü büyük ilginin rolü büyüktür. Dizi ve filmlerde gördükleri mekânları ziyaret etme istekleri, ülkemizin cazibesini artırmıştır (Zengin, Yıldırğan ve Bilgiçli, 2014 s,5).

1.3. Kültür

Kültür kavramı, Latince "colere" kökünden türetilmiştir ve sözlükte "ekin, bakım ve yetiştirme" anlamlarına gelmektedir. Bu terim, bireyin yaşam tarzını etkileyen, doğanın dışında kalan her unsuru kapsayan geniş bir anlam taşır. 17. yüzyıldan itibaren kültür, doğanın sunduğu olanakların yanı sıra insanın iradesi ve yetenekleriyle yarattığı şeylere atıfta bulunmak amacıyla "doğa" teriminin zıttı olarak kullanılmaya başlamıştır. Bu dönemde kültür, insanın isteği ve becerisiyle şekillendirdiği unsurları ifade eden bir kavram olarak benimsenmiştir (Oğuz, 2011; Hayta, 2016).

Kültür kavramının kökenleri, tarımsal faaliyetlerle doğrudan ilişkilidir; bu terim, öncelikle ürünlerin yetiştirilmesi ve tarımsal üretimi ifade etmiştir. Antropolojik bir bakış açısıyla kültürü inceleyen Edward Burnett Tylor, kültürü “yaşam biçiminin ta kendisi” olarak tanımlamıştır. Tylor, kültürün tanımını şu şekilde genişletmiştir: “Bilgi, inanç, sanat, ahlaki değerler, gelenekler ve bireyin toplumun bir üyesi olarak edindiği diğer sorumluluklar ve alışkanlıklardır” (Briggs, 2007).

Kültür, bir toplumun bireylerinin davranışlarını yönlendiren değerler sistemini oluşturan temel bir çerçevedir. Daha geniş bir bakış açısıyla tanımlamak gerekirse, kültür; bir toplumun dil, din, ahlak, hukuk, gelenek, tutum, beğeniler, görenekler, sanat, ekonomi ile felsefi ve bilimsel eğitim gibi toplumsal kurum ve yaşam unsurlarını kapsayan bütünsel bir yapıdır (Yıldız, 2018, s. 75).

Ünalın'a (2016) göre, kültür; bir toplumu Şekillendiren, ona kimlik ve farklılık kazandıran, kuŐaktan kuŐađa aktarılan ve değişime açık olan değerler bütünüdür. Bu bağlamda, yemek, sofra adabı ve mutfak düzeni, kültürün en önemli bileŐenleri arasında yer almaktadır.

Doğal çevrenin çeşitliliği, kültürü de etkilemektedir. Kültür, bir topluluğun belirli bir çevreye uyum sağlama Şekli olarak tanımlanabilir; bu, o halkın yaşam tarzının yanı sıra, egemen olan değerler ve inançları da içeren kapsamlı bir kavramdır (Emekli, 2006). Din, inanç, değer, tutum, olgu ve algılamalar, kültürün temel unsurlarını teşkil eden soyut kavramlardır. Diğer taraftan, kurumlar, gelenekler, festivaller ve adetler gibi somut unsurlar, kültürün yapısal bileşenlerini oluşturmaktadır (Sağır, 2012).

1.4. Yemek

Bireylerin yaŐamlarını sürdürebilmesi için en temel gereksinimlerden biri olan beslenme, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarŐisinde en üst sırada yer almaktadır (Güripek, 2018). Yemek yeme eylemi, sadece biyolojik ve fizyolojik bir süreç olmanın ötesinde, dini, siyasi, ekonomik ve sosyal bağlamlarla zenginleŐtirilmiŐ bir konudur. İnanımızı, hayata bakış açımızı ve yaşama olan bağlılığımızı "yemek" kavramı üzerinden somut bir Şekilde gözlemlemek mümkündür (Kıstak, 2012; Közleme, 2013).

Yemek, yalnızca karın doyuran bir besin ögesi olmanın ötesinde, günümüzde kültürel anlamlar taşıyan bir olgudur. Benzer Şekilde, bireyler, içinde doğup büyüdükleri toplumun dilini öğrenirken, tat ve lezzet konusunda da benzer bir doğal süreçten geçmektedirler. Dil gibi, lezzet de toplumsal olarak belirlenmiş yapılarla ilişkilidir. Bu bağlamda, "yaŐamak için" yemek "doğal" bir durum iken; "yemek için" yaŐamak, kültürel bir anlam içermektedir (Belge, 2013, s. 20-23).

Bir toplumun kültürü ve kimliği, en önemli yansımalarından biri yemekleridir (Berik ve Karaman, 2009). Yemek hem kişisel hem de toplumsal boyutları olan bir kültürel unsurdur. Fiziki ve kültürel coğrafya, yemek kültürünü önemli ölçüde etkilemektedir. G olgusu, farklı toplulukların birbirinden etkilenmesine ve g ettikleri yerlerde kendi yöresel yemeklerini tanıtımalarına olanak sağlamaktadır. Sonuç olarak,

göçebe toplumların beslenme alışkanlıkları sürekli bir değişim göstermektedir (Karaca ve Karacaoğlu, 2016).

Yemek, bir grup ya da bir ulusun kimliğini belirlemede önemli bir rol oynayabilirken, aynı zamanda ait olduğu toplumun ve çevrenin izlerini de taşır. Ancak, yiyecekler tamamen bulundukları ortamla tanımlanamaz. Örneğin, deniz kenarında yaşayan insanlar, dağlık bölgelerde yaşayanlara göre daha fazla balık tüketmektedir. Bununla birlikte, mutfağında deniz ürünlerine pek yer vermeyen Sicilya gibi bölgeler veya geçmişte bolca balık tüketen ama son yüzyılda bu alışkanlığını kaybeden İngiltere gibi ülkeler de mevcuttur. Ayrıca, bazı doğal çevre koşulları, yeni yiyecekler geliştirme zorunluluğunu doğurabilir. Örnek olarak, Ortadoğu'da şerbet ve kar tatlılarının hazırlanması, bu bölgedeki yaşam koşullarına uygun yiyeceklerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Freedman, 2007, s. 8-9).

Turistler için yemek, yalnızca bir ihtiyaç olmanın ötesinde, kültürel bir tercih anlamı taşır. Bir destinasyonda pek çok cazibe unsuru bulunsa da, bunlardan sadece birkaç tanesi turistik ürünler olarak tüketicilerin önüne çıkabilmektedir. Sanatsal etkinlikler, kültür, tarih, inançsal değerler, eğlence, alışveriş olanakları ve mutfak, bir bölgenin cazibe unsurlarından bazılarıdır. Destinasyonlarda sunulan yerel yemekler ve bölgenin kültürü, turistlerin seyahatlerinde son derece önemli bir cazibe unsuru oluşturur (Tekbalkan, 2017). Diğer bir ifadeyle yemek kültürü bölgenin tarihi hakkında da bilgi vermektedir. Örneğin geçmişte halkın yiyecek bulmasının zor olduğu zamanlarda yoğun nüfusun beslenmesi için uzak doğu mutfağında böcek türü canlıların tüketilmesi çok bilinen bir durumdur. Ancak günümüzde bu yiyeceklerin tüketilmesi halk arasında azalmış ve neredeyse sadece turistlere farklı lezzetler (sokak lezzetleri) olarak gastronomi turizmi kapsamında sunulmaktadır.

1.5. Yemek Kültürü Kavramı

Yemek kültürü toplumun kültürel değerlerini yansıtırma konusunda önemli bir araç işlevi görmektedir. Tıpkı toplumların din, dil, inanç, yaşam tarzı, olaylara bakış açısı ve dünya görüşü gibi birçok unsurlarda benzerlikler ve farklılıklar göstermesi gibi, yeme-içme ve sofrada düzeni konusunda da benzerlikler ve farklılıklar bulunmaktadır. Gün

geçtikçe değişen yaşam tarzı ve kitle iletişim araçları sayesinde insanlar farklı lezzetler denemekte, farklı kültürel kökenli yeni yemekler öğrenmekte ve bu yemekleri kendileri hazırlamaktadır. Böylece toplumların birbirlerini etkilemesi, kültürlerarası iletişim aracılığıyla gerçekleşmektedir (Ünalın, 2016; Eker, 2018).

Yemek ile kültür arasındaki önemli noktalardan biri, bu iki kavramın nesiller boyunca birbirlerini etkilemiş olmalarıdır. Geçmişte yaşanan savaşlar ve göçler gibi toplumsal olaylar, milletleri fizikken birbirine yaklaştırmış, bu da milletlerin yemek kültürlerine etki etmiştir (Cesur, 2017).

Göç, küreselleşme ve kültürel etkileşim gibi faktörler, füzyon mutfağın kökenlerini oluşturur (Evliyaoğlu ve Keskin, 2023). Füzyon mutfağı, çok kültürlü, kültürlerarası, kıtalararası ve dünya mutfağı olarak tanımlanabilir. Bu mutfak türü, bölgesel sınırları ortadan kaldırarak dünyanın doğusundan batısına, kuzeyinden güneyine uzanan çeşitli lezzetleri, malzemeleri ve teknikleri tek bir tabakta birleştirme özelliği taşımaktadır (Scarpato ve Daniele, 2003; Aksoy ve Üner, 2016). Füzyon mutfağı, farklı kültürlerle ait yakın bölgelerin gastronomik unsurlarının birleşimini yansıtan, bir yemek kültürü belirleyicisi olmasının yanı sıra, diğer mutfakların teknikleri ve malzemelerinin entegrasyonu ile şekillenen bir yaklaşımdır. Ayrıca, dünya mutfaklarının herhangi bir belirleyici mutfak olmaksızın bir araya getirilmesi de bu mutfağın karakteristik özelliklerindendir (Sarıoğlu, 2014, s. 64). Dünya’da öne çıkan füzyon mutfakları; Türk mutfağı, Fransız mutfağı ve İtalyan mutfağıdır (Özgen ve diğerleri, 2021).

Türk mutfağı orta Asya’dan Anadolu’ya farklı coğrafyalardan aldığı mutfak kültürü ile Anadolu coğrafyasında geçmişten günümüze yaşayan toplumların mutfak kültürleri ile tam anlamıyla önemli bir füzyon mutfağıdır.

Yemek kültürü, bir kültürün ve yaşam biçiminin ayrılmaz bir parçası olarak, destinasyonların farklılaşmasında ve bir marka haline gelmesinde önemli bir rol üstlenmektedir. Bir bölgenin veya ülkenin mutfağı, diğer yerlerle kurulan bir bağ gibidir. Kültürlerin kaynaşması ve aktarılmasında mutfak kültürünün önemi büyüktür. Bu nedenle günümüzde turistler için yemek yemek, sadece bir ihtiyaç olmanın ötesine geçerek bir kültürel tercih haline gelmiştir (Selwood, 2003, s.147).

1.5.1. Yemek Kültürünün Oluşmasında Etkin Bir Unsur Olarak Din

Din, yalnızca bir inanç sistemi oluşturmakla kalmayıp, aynı zamanda toplumu düzenleyen kurallarıyla hayatın her alanına derin bir müdahalede bulunmaktadır. Bireylerin yaşamlarının her aşamasında kendini hissettiren din, yemek kültürünü de etkileyerek, bu alandaki davranışlarını şekillendirmekte önemli bir rol oynamaktadır. Besinlere kültürel anlamlar yükleyerek, onları yenilebilir ya da yenilemez şeklinde kategorize etmektedir. Örneğin, bir dini inanç için mubah kabul edilen bir gıda, başka bir inançta yasaklanmış sayılabilir; hatta bazen o gıda ile temasta bulunmak dahi hoş karşılanmayabilir (Gürhan, 2017).

İnsanlık tarihi ve medeniyetlerin gelişiminde yeme-içme kültürü, en önemli yapı taşlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Yüzyıllar boyunca belli bir toprak parçasını yurt edinmiş toplumlar, göç eden bireyleri ve grupları misafir etmiş, yemek kültürü sayesinde din, dil ve ırk farklılıklarına sahip insanları aynı sofraya etrafında bir araya getirmeyi başarmıştır (Holat, Kozan, Sarıçoban ve Yılmaz, 2012: 341)

Yemek, yaratılış hik yesinin başlangıcında, Âdem'in cennetten  ıkarılışıyla birlikte insanın dünyaya gelişine dair anlatıda önemli bir tema olarak bir elmanın varlığı  ne çıkmaktadır. Elma ile sonsuz yaşam arasındaki bağlantı, Tanrı'ya karşı işlenen ilk günahın bir metaforu olarak yorumlanabilir. Benzer bir şekilde, İsa'nın çarmıha gerilmeden önce havarileriyle birlikte yediği "Son Akşam Yemeği" de bu temayı taşır. Bu yemek sırasında İsa'nın yaptığı konuşma, Yuhanna Kitabı'nda ayrıntılı bir şekilde yer almaktadır. Ayrıca, bu anlamlı anı ölümsüzleştiren "Son Akşam Yemeği" tablosunda, İsa ve havarileri kutsal kadehten şarap içerken ve ekmek yerken tasvir edilmektedir (Sağır, 2012).

Din, hayatın her yönüne nüfuz eden ve toplumdan topluma farklı tabularla şekillenen, kendine özgü inanç yapılarıyla biçimlenen bir olgudur. Bu nedenle din, insanların yeme ve içme kültürlerini de derinlemesine etkiler. Belirli inançlara sahip toplumlar, kendi dini gereklilikleri doğrultusunda, tüketecekleri besinleri seçerken, dinlerinin yasakladığı gıdalardan kaçınırlar (Dilsiz,2010)

Domuz eti yemek, Hristiyanlar arasında dayanışmayı pekiştirirken, Müslümanlar ve Yahudiler için ayrıştırıcı bir unsur olma özelliği taşır. Bununla birlikte, domuz etini

reddetmek, Müslümanlar ile Yahudiler arasında -en azından teorik olarak- bir yakınlaşma unsuru olarak öne çıkmaktadır. Bu durum, dinin beslenme alışkanlıkları üzerindeki etkisinin, bireylerin "biz" ve "öteki" ayrımı içindeki kimlik algılarını şekillendirdiğini göstermektedir. Örneğin, Hintlilere göre Müslümanların inek kurban etmeleri veya Müslümanlar ile Yahudilere göre Hinduların ve Hristiyanların domuz eti yemesi, bu durumu somutlaştırmaktadır. "Kutsal ineğin kesilmesi" ve "pis domuzun yenmesi" gibi pratikler, bir yandan dini bağlılıkları tanımlarken, diğer yandan toplumsal çatışmalara neden olan unsurlar arasında yer almaktadır (Gürhan, 2017).

Bu bağlamda, belirli dini, ulusal veya özel günlerde düzenlenen yemeklerin, bireylerin toplumsal konumlarına uygun olarak planlanması büyük önem taşımaktadır. Bu uygunluk, yalnızca yemek malzemelerinin seçimiyle kalmayıp, malzemelerin pişirilme yöntemi, sunumu ve hatta konukların oturma düzeni gibi unsurlarda da kendini göstermektedir. Yemek pişirme tarzından beslenme alışkanlıklarına kadar pek çok durum, insanların sosyalleşme süreci sırasında şekillenmiştir (Beşirli, 2010).

1.5.2. Yemek Kültürünün Tarihsel Gelişimi

Tarih, insanlık tarihini Paleolitik, Mezolitik, Neolitik, Tunç ve Demir Çağları gibi çeşitli dönemlere ayırmaktadır. Anadolu'daki en eski insan varlıkları, Eski Taş Çağı veya Yontma Taş Çağı olarak adlandırılan Paleolitik Çağı'nın başlarına kadar uzanır. Paleolitik Çağ'da insanlar, çevresel ve iklimsel değişiklikler nedeniyle biyolojik ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla beslenebilecekleri kaynakları bulmak ve avlanmak için küçük gruplar halinde sürekli yer değiştirerek göçebe bir yaşam tarzı sürdürmüşlerdir (Aksoy ve Çetin, 2018). Biyolojik ihtiyaçlar çerçevesinde ortaya çıkan yemek yeme eylemi, tarihsel süreç içerisinde yalnızca bir ihtiyaç olmanın ötesine geçerek, toplumsal, dinsel ve kültürel kimliklerin ifade edilmesinde farklı bir araç haline gelmiştir (Ay ve Şahin, 2014).

Anadolu'nun ilkel çağlarında, çeşitli uygarlıkların şekillendiği görülmekte olup, bu dönemi takip eden Orta Çağ'da Roma ve Bizans İmparatorlukları dönemlerinde de farklı beslenme kültürleri gelişmiştir. Türk beslenme kültürü ise, Orta Asya Dönemi, Selçuklu Dönemi, Beylikler Dönemi, Osmanlı Dönemi ve Cumhuriyet Dönemi gibi farklı aşamalardan geçmiştir (Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015). Türk yemek kültürünün köklü

geçmişı ve zenginliği, Osmanlı İmparatorluğu'nun çok uluslu yapısından kaynaklanmaktadır (Alabacak, 2018).

İlk yemek tariflerinin kökeni, M. Ö. 1. yüzyılda yaşamış olan Latin şef Apicius'a kadar uzanmaktadır. Ayrıca, arkeologlar M. Ö. 1700 yılına ait, çivi yazısıyla yazılmış yemek tariflerine sahip kil tabletler bulmuşlardır. IX. yüzyılda yapılmış bazı rölyeflerde ise bir yemeğin hazırlanışı detaylı bir şekilde betimlenmiştir. Bu rölyeflerde etin ayıklanmasından ekmek pişirimine, yemeğin odun veya kömür ateşinde pişirilmesine kadar çeşitli aşamalar görülmektedir (Fumey ve Etcheverria, 2007).

1.6. Türk Yemek Kültürü

Tarihsel süreç incelendiğinde, Türklerin diğer toplumlarla karşılaştırıldığında yeme ve içmeye daha büyük bir önem verdikleri dikkat çekmektedir. Yaşam biçimleri, yaşadıkları coğrafi bölgeler ve etkileşimde bulundukları topluluklar, beslenme alışkanlıklarını ve yemek kültürlerini şekillendirmiştir. Türklerin kültürel zenginliği, bu yönleriyle Türk mutfağına da derin bir şekilde yansımıştır. Tarih sahnesine ilk adımlarını attıkları günden bu yana, yeme içme, sosyal yaşamlarının ayrılmaz bir parçası olmuştur (Kızıldemir, Öztürk ve Sarıışık, 2014).

Türklerin tarih sahnesine çıkışı Orta Asya'da başlamıştır. Bu bölgede, genellikle göçebe bir yaşam tarzı benimseyen Türkler, zamanla Anadolu topraklarına ulaşmış ve bu süreçte hem mutfak kültürlerinin zenginleşmesine hem de yeme içme alışkanlıklarında bazı değişimler yaşanmasına neden olmuştur (Solmaz, 2018). Türklerin ilk besin kaynakları hayvansal gıdalar olduğundan, et ve süt, Türk mutfağı açısından önemli bir yer edinmiştir (Şavkay, 2000, s. 12).

Türk mutfağının oluşumunda, Orta Asya Türklerinin, Selçuklu ve Osmanlı İmparatorluklarının etkisi büyük bir öneme sahiptir. Dünyanın en zengin mutfaklarından biri olarak kabul edilen Türk mutfağının en belirgin üstünlükleri arasında, stratejik bir coğrafyada konumlanmış olması, göçebe kültürünün izlerini taşıması ve Anadolu topraklarında yaşamış olan çeşitli uygarlıkların katkıları bulunmaktadır (Güler ve Olgaç, 2010).

Türk yemek kültürü, Orta Asya'dan günümüze uzanan zengin bir tarihi gelişim sürecine sahiptir. Bu kültürün çeşitliliğini ve zenginliğini oluşturan unsurlar arasında Asya ve Anadolu topraklarında yetişen farklı gıda ürünleri, Selçuklu ve Osmanlı saraylarında keşfedilen yeni lezzetler ve Anadolu'daki çeşitli medeniyetlerin bıraktığı izler yer almaktadır. Göçebe hayat tarzından başlayarak Anadolu Selçuklu ve Osmanlı dönemlerine kadar geçen süreçte Türk yemek kültürü, zamanla değişim göstermiş ve olgunlaşmıştır (Güler, 2008).

Türk mutfağı, Çin, İran, Arap, Bizans, Avrupa ve Akdeniz mutfaklarının etkisiyle zenginleşmiş ve özellikle Osmanlı döneminde geniş bir coğrafyaya yayılmıştır. Osmanlı İmparatorluğu, çok uluslu ve çok dinli yapısı ile üç kıtaya yayılan toprak hâkimiyeti sayesinde zenginliğini mutfak kültüründe de yansıtmış, kendine özgü bir imparatorluk mutfağı (Osmanlı Mutfağı/Saray Mutfağı) oluşturmuştur. Bu süre zarfında, içinde bulunduğu topraklardaki çeşitli mutfak kültürlerinin unsurlarını da bünyesine katarak, dünyanın önde gelen mutfakları arasında yer almayı başarmıştır. Türk mutfağı, et ve et ürünlerinin ön planda olduğu yapısıyla Anadolu'nun yerel mutfaklarıyla harmanlanmış ve yeni bir sentez oluşturmuştur. Ege adalarında zeytinyağı ve balık, güneyden gelen et yemekleri, mezeler ve şerbetli tatlılar, Bizans ve Roma mutfak kültürünün etkisiyle birbirine karışmıştır. İmparatorluğun geniş topraklarının getirdiği çeşitlilikle birlikte, Ortadoğu, Güney Akdeniz ve Avrupa mutfakları da bu zenginliğe dâhil olmuş, Anadolu mutfak kültürünü daha da derinleştirmiştir (Düzgün ve Özkaya, 2015).

Osmanlı saray mutfağı, Türk mutfağının bu dönemdeki gelişiminde en belirleyici rolü oynamıştır. Günümüzde ise, dünya genelindeki kıtalar arası ürünlerin pazara girişi ve Avrupa, özellikle de Fransız mutfağının yükselen popülaritesi, Türk mutfağının Batı yönünde evrilmesine sebep olmuştur. Türk mutfağı tarihsel olarak dört dönem içerisinde incelenmekte olup; bu dönemler Orta Asya dönemi, Selçuklu dönemi, Osmanlı dönemi ve Cumhuriyet dönemidir (Düzgün ve Özkaya; Yalçın, 2023).

1.6.1. Orta Asya Dönemi Yemek Kültürü

Orta Asya, geniş bir tanım çerçevesinde Kazakistan, Özbekistan, Kırgızistan, Türkmenistan, Tacikistan, Afganistan, Doğu Türkmenistan (günümüzde Çin sınırları

içerisinde yer alan Sincan Bölgesi), Tibet ve Moğolistan'ı içeren bir coğrafi bölgedir. Bu bölge, sert bir kara iklimine sahiptir. Orta Asya, bozkır, dağlık alanlar ve çöl arazilerinden meydana gelmekte olup, tarıma uygun toprak miktarı oldukça sınırlıdır (Yalçın, 2023).

Türkler, Cilalı Taş Devri'nde Orta Asya'ya göç ederek buraya yerleşmişlerdir. Zamanla, Ural ve Altay dağları arasındaki geniş bozkırları da yurt edinmişlerdir (Göde, Kayaardı, Uyarcan ve Söbeli, 2021).

İslamiyet öncesinde Türkler, yalnızca Orta Asya ile sınırlı kalmayıp Kafkaslar, Karadeniz'in kuzeyi ve Macaristan ovalarına kadar uzanan geniş bölgelere yayılmışlardır. Bu nedenle atlı göçebe kültürü burada ortaya çıkmış ve gelişim göstermiştir. Türklerin geçim kaynakları ise tarım ve hayvancılık olmuştur (Seyitoğlu ve Çalışkan, 2014). Yemek kültürlerinde en belirgin şekilde buğday ve buğday unu ile yapılan yağlı hamur işleri öne çıkmaktadır. Ayrıca, darıdan yapılan boza, Orta Asya Türklerinin ilk besin maddeleri arasında bulunmaktadır. Bu topluluklar için av hayvanları da büyük bir öneme sahiptir. Coğrafi bölgelerinin etkisiyle beslenmelerini öncelikle hayvansal ürünlerden sağlayan Orta Asya Türkleri, mutfaklarında at, koyun, keçi ve diğer büyükbaş hayvan etlerine önemli bir yer vermektedir (Alpargu, 2008, s. 24).

M. Ö. 220 yılı itibarıyla Hunlarla birlikte başlayarak Orta Asya Türk mutfağına dair bilgilere ulaşılmaktadır. Bu bağlamda, Hunlar ve onlardan önceki Orta Asya Türk toplumlarında mevsimsel tarım uygulamaları, 7. yüzyıldan itibaren Göktürkler döneminde (M. S. 552-745) daha fazla önem kazanmıştır. Ayrıca, fetihler ve İpek Yolu ticareti aracılığıyla Orta Asya mutfağı, Çin, Hindistan ve Batı Asya mutfaklarıyla karşılıklı bir etkileşim sürecine girmiştir (Yalcin, 2023).

Orta Asya'da atlı göçebe kültürün hâkim olduğu bu dönemde, Türklerin temel besin maddeleri buğday ve süt vasıtasıyla elde edilen un ve yoğurt gibi gıdalar ile binek hayvanı olarak kullandıkları at ve koyunların etinden oluşmaktadır. İlk içecekleri ise, kısrak sütünden imal edilen fermente bir içecek olan kımızdır. Ayrıca, üzümünden üretilen sirke, pekmez ve şarap da bu dönemde Türkler tarafından tüketilen diğer önemli ürünler arasında yer almaktadır (Kızıldemir ve Sarıışık, 2017).

Tablo 1. Orta Asya’da Tüketilen Yiyecek ve İçecekler

Yiyecek ve İçecek Türleri	Yiyecek ve İçecek
Et ve Et Ürünleri	Koyun Eti, At Eti, Geyik Eti, Tavşan Eti Konserve ve Kavurma Et, Sakatatlar, Kurutulmuş Et, Çiğ Kuş Yumurtası, Soktu (Sucuk), Kavurma, Pastırma
Süt ve Süt Ürünleri	Tereyağ, Süt, Kaymak, Ayran, Kurut, Yoğurt
Tahıl ve Baklagiller	Buğday, Arpa, Çavdar
Ekmekler	Yuga, Yuvga veya Yupka Buğdaydan Yapılan İnce Ekmek), Yufka
Çorbalar	Oğmaç, Tarhana,
Alkollü ve Alkolsüz İçecekler	Kimız, Pekmez, Boza, Şarap, Bal Şarabı,
Meyveler ve Sebzeler	Buğday, Arpa, Darı, Mısır, Pirinç, Burçak Ekerler; Elma, Üzüm, Karpuz, Kavun, Dut, Madımak, Alıç, Kızılcık
Orta Asya Dönemine Ait Yemekler	Topık Sünğük (Topuk Kemiğinden Yapılan Yemek)

Kaynak: (Kılıç ve Albayrak, 2012; Güldemir, 2014; Solmaz ve Altınar, 2018; Kızıldemir ve Sarıışık, 2017).

Kimız: Orta Asya Türklerinin temel içeceği, kısırak sütü ile hazırlanan kimızdır (Solmaz ve Altınar, 2018). Kimız, taze kısırak sütü ile bu süttten alınan mayanın üçte birinin karıştırılmasıyla hazırlanır. Bu karışım, deri bir torbaya doldurulur ve içeride bir sopa ile dövülerek işlenir. Fermente olduktan sonra, kimız 12 ile 24 saat içinde tüketilmeye hazır hale gelir (Kızıldemir ve diğerleri, 2014).

Orta Asya'da Türkler, umaç ya da (oğmaç, omaç) adı verilen bir çorba yaparlardı. Bu çorbanın ana malzemesi genellikle yuvarlak kesilen erişteydi. Zaman zaman içine et de eklenmesiyle zenginleştirildiği olurdu. Günümüze kadar ulaşan en önemli çorbalardan biri ise tarhanadır. Tarhana, zengin bir besin kaynağı olarak birkaç şekilde hazırlanmaktadır. Kış aylarında hazırlanan ve "kuru" olarak adlandırılan bir çeşidinde ise peynir, tuz, un ve kurutulmuş et eklenerek lezzeti artırılmıştır (Kılıç ve Albayrak, 2012).

Orta Asya Dönemi'nde Türk yemek kültürünü yansıtan en eski yazılı kaynaklar, Kül Tigin'in yeğeni Yolluğ Tigin tarafından kaleme alınmış olan Kül Tigin ve Bilge

Kağan anıtlarından oluşan Orhun Yazıtları'dır. Bu anıtlarda, söz konusu döneme ait yemek kültürüyle ilgili bilgilere ulaşılmaktadır (Göde ve diğerleri, 2021).

1.6.2. Selçuklu Dönemi Yemek Kültürü

Selçuklu dönemi, Türk ve İslam tarihinin önemli bir dönüm noktası olmuştur. Yedinci yüzyılda İslamiyet'in doğuşuyla birlikte beslenme alışkanlıklarında kısmi bir değişim yaşanmıştır. Ancak, İslam dini Müslümanların yemek ve içmekten zevk almasını yasaklamamaktadır. Bununla birlikte, İslam'da domuz eti ve leş hayvan eti gibi belirli gıda yasakları ve oruç gibi bazı dini vecibeler de bulunmaktadır. Bu durum, Selçuklu devrinde de kendini göstermiştir (Seçim, 2018).

Bu dönemde tüketilen birçok gıda ve yemek çeşidi, isimleriyle birlikte günümüze kadar ulaşmıştır (Sürücüoğlu ve Özçelik, 2005). Bugün de aynı isimlere sahip olan süt, peynir, yoğurt, yağ ve kaymak gibi ürünler, Selçuklu Dönemi'nde sıkça tüketilmiştir (Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008). Özellikle yoğurt, Selçuklu mutfağında ve ikramlarında ayrı bir öneme sahiptir (Ünver, 1982, s.2). Et, un ve yağ ile yapılan yemekler ise bu dönemin karakteristik özellikleri arasında sayılmaktadır. En çok tercih edilen et türleri arasında kuzu, erkeç, keçi, at eti ve sakatatlar yer alırken, çeşitli kuş türleri de sofralarda bulunmuştur (Karaca, Yıldırım ve Çakıcı, 2015).

Selçuklu Türklerinin Anadolu'ya gelişinin ardından, 12. yüzyılda kökenleri atılan Türk mutfağı, 14. ve 15. yüzyıllarda belirgin bir şekilde gelişim göstermiştir. Ayrıca, 11. ve 12. yüzyıllardan itibaren dini kurumlar, toplum yaşamının vazgeçilmez bir bileşeni haline gelmiş; imaretler ve tekkeler, halk için birer mutfak işlevi üstlenmiştir (Sürücüoğlu, Özfer, Özçelik, 2008; Akın, Özkoçak ve Gültekin, 2015).

Selçuklular döneminde yemek kültürünün gelişimine ışık tutan önemli kaynaklar, 13. yüzyılda Mevlâna Rumi'nin eserleriyle başlamış, ardından Mevlevi yemek sofrasının düzenlenmesi ve yemekle ilgili kurallara dair bilgilerle devam etmiştir. Bu dönem, Türk mutfak kültürü üzerinde belirgin bir etki yaratmış, öne çıkan besin maddeleri et, buğday ve yağ olmuştur. Selçuklular, çeşitli pişirme yöntemlerinin yanı sıra, farklı besin öğelerinin bir araya getirilmesiyle zengin ve çeşitli lezzetler keşfetmişlerdir. Bağdat halifeleri ise Müslüman topluluklarda tarım ve yemek tekniklerinin ilerlemesine katkıda

bulunmuşlardır (Yalcin, 2023). 16. ve 17. yüzyıllarda ise Osmanlı İmparatorluğu döneminde saray ve konaklarda yapılan ihtisaslaşma ile dünya mutfakları arasında saygın bir yer kazanmıştır (Sürücüoğlu, Özfer, Özçelik, 2008; Akın, Özkoçak ve Gültekin, 2015).

Tablo 2. Selçuklu Tüketilen Yiyecek ve İçecekler

Yiyecek ve İçecek Türleri	Yiyecek ve İçecek
Et ve Et Ürünleri	Koyun, Keçi, Kuzu Eti, At Eti, İnek, Öküz, Deve, Tavuk, Keklik, Kaz, Güvercin, Bıldırcın ve Turaç, Balık
Süt ve Süt Ürünleri	Süt, Yoğurt ve Yoğurttan Elde Edilen Ayrar, Kurut, Kımız, Kefir, Kımran, Peynir, Tereyağı, Kaymak, Soğut (Çökelek)
Tahıl ve Baklagiller	Arpa, Buğday, Çavdar, Yulaf, Pirinç, Nohut, Fasulye
Ekmekler	Yufka Ekmeği, Kepek Ekmeği, Buğday Ekmeği, Mısır Ekmeği (Darıdan Yapılma Ekmek)
Baharatlar	Reyhan, Karanfil, Safran, Haşhaş, Fesleğen, Nane
Alkollü ve Alkolsüz İçecekler	Kımız, Sirkencubin, Süt Şerbeti, Pekmez Şerbeti, Bal Şarabı, Nardenk Şerbeti, Şeker Şerbeti, Limonlu Bal Şerbeti, Buhsun, Kar Şerbeti, Bekni, Üzüm Şerbeti, Ayrar, Bal Şerbeti, Gülap Şerbeti
Meyveler ve Sebzeler	Üzüm, Elma, Emrud (Armut), Nar, İncir, Ceviz, Kavun, Karpuz, Fındık, Fıstık, Turunç, Badem, Dut, Erik, Kayısı, Şeftali, Zeytin Sebzeler: Pırasa, Tere, Marul, Ispanak, Üzüm Yaprağı, Sarımsak, Soğan, Patlıcan ve Kereviz
Orta Asya Dönemine Ait Yemekler	Pastırma, Kavurma, Yağlı Kuyruk, Etle Kaynatılmış Buğday Yemeği, Kalliyat (Kalyeler), Biryar, Borani, Tandır, Çevirme ve Kebaplar, Zerde, Dane, Sütlaç

Kaynak: (Oral, 1957; Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008; Güldemir, 2014; Seçim, 2018; Yalcin, 2023; Karaca ve diğerleri, 2015; Akın, Özkoçak ve Gültekin 2015).

Türk kültüründe kımız kısarak sütünün ekşitilmesi ile yapılırken Selçuklu döneminde deve sütünün ekşitilmesi ile yapılmıştır. İslamiyet'ten sonra haram kılınmış

olduğuna göre, sarhoşluk verici bir mahiyeti olduğu anlaşılmaktadır (Oral, 1957). Selçuklu döneminde yoğurttan elde edilen ayran, günümüzde de aynı isimle varlığını sürdürmektedir. O dönemde yoğurt, yalnızca ayran yapımında kullanılmakla kalmamış, aynı zamanda kurutularak tüketilmiş ve bir çeşit peynir olan "kurut" veya "kuru yoğurt" elde edilmiştir. Ek olarak, süt ilave edilerek “ikdk” adı verilen bir peynir yapılmış, ekşi sütten ise “sogut” denilen başka bir peynir türü elde edilmiştir. Ayranın içine taze ve kuru üzüm eklenerek “buldum” olarak adlandırılan bir yiyecek hazırlanmıştır. Ayrıca, günümüzde yaygın olarak tüketilen "sütlaç" da pirinç ve sütle hazırlanmakta olup, bu gelenek geçmişten günümüze aktarılmaktadır (Seçim, 2018).

Örneğin Selçuklu döneminde yapılan "kaile" adı verilen yemek günümüzde de varlığını sürdürmektedir. Yağda kavrulduktan sonra pişirilmış, etsiz sebze yemekleri bu kategoriye girmektedir. Örneğin patlıcan ve kabak kalyesi buna örnek olarak verilebilir. Bazı meyvelerden de kalye hazırlanması mümkündür. Boyabat köylerinde yaklaşık 45-50 yıl önce erik kalyesi şu şekilde hazırlanıyordu: Erik kurusu temiz bir şekilde yıkanmakta, ardından suya konarak kaynatılmaktadır. Kaynatma süreci, suyun suluca bir pekmez kıvamına gelene kadar devam etmektedir. Sonrasında, eritilmiş tereyağı ve dövülmüş ceviz içi ilave edilerek tüketilmektedir. Kabak kalyesi de benzer bir yöntemle hazırlanmıştır (Oral, 1957).

1.6.3. Osmanlı Tarihinde ve Anadolu Geleneğinde Yemek Kültürü

Osmanlı İmparatorluğu'nun geniş bir coğrafyada hüküm sürmesi, pişirilen yemeklerin çeşitlenmesine ve mutfak kültürünün şekillenmesine önemli bir katkı sağlamıştır. İmparatorluğu'nun egemen olduğu bölgelerde yetişen çeşitli bitkiler ve bu topraklarda yaşayan toplumların mutfak kültürleri, coğrafi değişkenlerin etkisiyle imparatorluk mutfağının temelini oluşturmuştur. Ayrıca, imparatorluğu'nun geniş ticaret ağı, farklı kültürlerle olan etkileşimi artıran başka bir faktör olarak öne çıkmıştır (Işın, 2014, s.7). Bu nedenlerle, Osmanlı mutfağında Orta Asya göçebe Türk mutfağının, Orta ağ Arap-Fars geleneğinin, Selçuklu mirasının, Bizans etkileşimlerinin ve eski Anadolu medeniyetlerinin mutfak kültürlerine dair izlerinin görülebilmesi mümkündür (Samancı, 2016, s. 73; ner, 2014).

Osmanlı mutfağı, İslam dini ve geleneksel toplumsal normlar tarafından derinlemesine şekillendirilmiştir. İslamiyet, yemek alışkanlıklarını önemli ölçüde etkilemiş olup, haram ve helal kavramları, yemeklerin hazırlanmasından servis edilmesine kadar her aşamada belirleyici bir rol oynamıştır (Öztürk, 2005, s. 23).

Osmanlı mutfağı, coğrafi zenginliklerinin sağladığı geniş ürün yelpazesi ile ortaya çıkan renkli ve zengin bir kültürdür. Bu mutfakın temel unsurlarını hububat, et, süt ürünleri, sebze ve baharatlar oluşturmaktadır. Şerbet, pilav, çorba ve tatlılar gibi ana yemek kategorileri, toplumun her kesiminde yaygın olarak tüketilen lezzetlerdir. Örneğin, pilav ve şerbet hem sade halk sofralarında hem de saray ziyafetlerinde sıkça yer bulmuştur (Arseven, 1978, s. 112).

Osmanlı mutfağı, iki ana kategoriye ayrılmaktadır. Bunlar saray mutfağı ve halk mutfağıdır. Saray mutfağı, saray hanedanına yaraşır bir biçimde zengin malzemelerle dolu ve çeşitli menüler sunarken, halk mutfağında yemekler genellikle yer sofrasında, oturarak ve huzur içinde yenmekte ve sofistike bir düzenle sunulmamaktadır. Sarayda hazırlanan yemeklerin temel unsurları buğday, koyun ve kuzu eti, şeker, pirinç ve sadeyağ olarak öne çıkmaktadır. Saray mutfağında en sık hazırlanan yemek türlerinin ise pilav, çorba ve et yemekleri olduğu bilinmektedir. Pirinç, Osmanlı saray mutfaklarının vazgeçilmezi iken, halk mutfağında bunun yerini bulgur almaktadır. Şeker, Osmanlı'da değerli bir gıda maddesi olduğundan saray mutfağında sıkça kullanılmaktayken, halk mutfağında onun yerini bal ve pekmezden yapılan tatlılar, örneğin paluze, üzüm pestili, köfter, zerde ve helva almaktadır (Şimşek, Soylu ve Özkaya, 2020).

Osmanlı mutfağında, özellikle saray mutfaklarında içeceklerin su, limon suyu (ab-ı limon), boza, kahve, hoşaf ve şerbetlerden oluştuğu bilinmektedir. Alkollü içeceklerin yokluğu, zengin bir hoşaf ve şerbet kültürünün oluşumuna önemli bir katkı sağlamıştır (Kızıldemir vd., 2014). "Şerbet" kelimesi ise, Arapçada "içmek" anlamına gelen "şarba" kökünden türetilmiştir (Yılmaz, 2012).

Saray mutfağı, kendine has bir düzen, tasarım ve kurallarla işleyen bir yapı sergilemektedir. Bu mutfak, Has Mutfak, Ağalar Mutfak, Divan Mutfak ve Helvahane gibi farklı bölümlerden oluşmakta olup, bu komplekse "Matbah-ı Amire" adı verilmiştir (Bilgin, 2000; Şahin ve Ünver, 2015).

Osmanlı mutfağında, günümüzdeki sofralarda olduğu gibi, ekmeğin temel bir gıda maddesi olarak tüketildiği anlaşılmaktadır (Alabacak, 2018). Farklı kaynaklarda, gündelik ekmek "nan-ı aziz", orta kaliteli buğday unundan yapılan ekmek "nan-ı has orta", vasat kalitedeki ekmek "nan-ı adi", yassı beyaz ekmek "fodula" ve uzun iyi beyaz ekmek ise "firancala" olarak un kalitesine göre tanımlanmıştır (Samancı, 2008).

1.6.4. Cumhuriyet Döneminde Yemek Kültürü

Cumhuriyet dönemi, Türk mutfağının geçmiş yüzyıllar boyunca birikmiş olan Osmanlı mutfak kültürünü sürdürmesine olanak tanımış; aynı zamanda bu yüzyılda önemli değişimlerin de meydana geldiği gözlemlenmiştir (Samancı, 2016).

Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasıyla başlatılan modernleşme hareketleri, Türk toplumunun yaşam tarzında köklü değişikliklere vesile olmuştur. Bu dönemdeki ekonomik, sosyal ve kültürel politikalar, Anadolu mutfağının bileşenlerini ve yemek hazırlama tekniklerini etkilemiş, dolayısıyla mutfak kültüründe dönüşüme neden olmuştur (Pala, 2023).

Cumhuriyet dönemi mutfağını ele alırken, genel olarak iki ana kategoriye ayırmak mümkündür. Bunlar İstanbul mutfağı ve Anadolu mutfağıdır. Bu iki mutfak, Cumhuriyet'in ilk yıllarından itibaren Türk mutfağının gelişiminde önemli bir rol üstlenmiştir. Özellikle İstanbul mutfağı, bu dönemde yazılı kaynaklarda daha sık yer bulmuştur. İstanbul, Osmanlı İmparatorluğu'nun başkenti olarak, tarihi ve kültürel zenginliklerinden beslenen bir mutfak geleneğine sahiptir. Bu mutfak, saray mutfaklarının etkisini yansıtırken, geleneksel Osmanlı yemeklerini de barındırmaktadır. Ayrıca, İstanbul'un çok kültürlü yapısı, şehrin mutfağına zenginlik ve çeşitlilik kazandırmıştır (Akın, Özkoçak ve Gültekin, 2015; Solmaz ve Altınar, 2018; Kızıldemir, Öztürk ve Sarıışık, 2014).

İstanbul'un tarih boyunca birçok büyük devlete ev sahipliği yapması, bu eşsiz şehrin çok uluslu ve çok kültürlü bir yapıya bürünmesine sebep olmuştur. Bu kültürel zenginlik, İstanbul mutfağına da derin bir şekilde yansımış ve mutfak kültürünün temel özelliklerini şekillendirmiştir. İstanbul mutfağının belirgin özellikleri arasında, sunulan

yemeklerin hem doyurucu hem de hafif olması öne çıkmaktadır. Bu durum, şehrin tarihsel süreçte farklı kültürlerden gelen göçmenlere ev sahipliği yapmasıyla, bu kültürlerin mutfaklarını etkilemesinin bir sonucudur. İstanbul mutfağı, sağlıklı ve lezzetli yemekleriyle tanınırken, aynı zamanda sofralara görsel bir şölen sunar (Kızıldemir, Öztürk ve Sarıışık, 2014).

Anadolu mutfağı, Türkiye Cumhuriyeti döneminde yemek kültürünün şekillenmesinde önemli bir rol oynamıştır. Bu mutfak, Anadolu'nun zengin tarım ürünleri, yerel tatlar ve geleneksel yemeklerini başarılı bir şekilde yansıtmaktadır. Cumhuriyet dönemi boyunca, Anadolu'nun farklı bölgelerinde yaşayan çeşitli topluluklar ve devletlerin mutfak kültürlerinin bir araya gelmesi ve etkileşimiyle, bu zengin yemek çeşitliliği ortaya çıkmıştır. Cumhuriyet'in ilk yıllarında, iletişim ve teknolojik gelişmelerin sınırlı olduğu bir dönemde, belirli bölgelere özgü yemekler korunmuş ve geleneksel lezzetler belirli coğrafi alanlarda yaygın olarak tüketilmiştir (Akın, Özkoçak ve Gültekin, 2015). Anadolu mutfak kültürü, kendine has pişirme yöntemleri, sofrada düzenlemeleri ve kış hazırlıkları kapsamında üretilen turşu, salça, konserve gibi ürünlerle dikkat çekmektedir (Solmaz ve Dülger Altınır, 2018, s. 117).

Cumhuriyet dönemi ile birlikte Anadolu mutfak kültüründe geleneksel pişirme tekniklerinin, kavurma, ızgara, kebab, tava ve haşlama gibi yöntemlerin kullanılmaya devam ettiği gözlemlenmektedir. Bunun yanı sıra, breze, graten ve roti gibi yeni pişirme tekniklerinin de kullanımına başlanmıştır (Akın, Özkoçak ve Gültekin, 2015).

Amerika Kıtası'nın keşfiyle birlikte dünya mutfaklarında yer edinmeye başlayan mısır, fasulye, domates, patates, hindi, kakao gibi gıdalar, Cumhuriyet dönemi Anadolu mutfağında daha fazla tüketilmeye başlamıştır. Sağlık endişeleri nedeniyle hayvansal yağların kullanımı azalmış, bu dönemde sanayideki gelişmelere paralel olarak yemeklerde daha fazla Ayçiçek yağı, zeytinyağı ve margarin tercih edilmeye başlanmıştır (Kızıldemir vd., 2014).

Cumhuriyet döneminde, hızlı yaşam koşullarının etkisiyle ayaküstü beslenme alışkanlıkları ön plana çıkmıştır. Tüm dünyada yaygın olarak bilinen bu beslenme biçimi, fast food olarak adlandırılmaktadır. Özellikle bu dönemde sıkça tüketilen bu tarz yemeklerin sağlık açısından tercih edilmediği ve mutfak kültürümüze de uyum sağlamadığı belirtilmektedir (Kasar, 2021).

1.7. Ortadoğu ve Arap Turistler Hakkında Genel Bilgiler

"Ortadoğu" terimi, Batı merkezli ve öznel bir kavram olarak kabul edilmekte olup, birçok dilde yer bulmuş ve çeşitli çalışmalarda sıkça kullanılmaktadır. Ayrıca, gerçekleştirilen araştırmalarda "Ortadoğu" ifadesinin, "Arap Dünyası" ile eş anlamlı olarak kullanıldığı da gözlemlenmektedir (Arifin ve Hasim, 2009; Dursun, 2005; Mengü, 2008; Salman ve Hasim, 2012; Sarı ve Yıldırım, 2015). Arap yazarları genellikle "Ortadoğu" terimi yerine "Arap Dünyası" ve bazı durumlarda "İslam Ülkeleri" terimini tercih etmektedir (Mengü, 2008).

1.7.1. Arap Ülkelerinin Jeopolitik Konumu

Arap Dünyası, nüfusunun büyük bir kısmını Araplar ve Müslümanların oluşturduğu, batıda Atlantik Okyanusu'ndan doğuda Umman Denizi'ne kadar uzanan yaklaşık 14 milyon km²'lik geniş bir coğrafyayı kapsamaktadır. Bu bölge, toplamda 22 ülkeden oluşmakta ve bu ülkeler günümüzde Arap Ligi veya Arap Birliği'ni teşkil etmektedir (Akkaya ve Sezgin, 2015).

Tablo 3. Arap Ülkelerinin Coğrafi Dağılımı

1. Grup	2. Grup	3. Grup
Körfez Ülkeleri	Afrika Ülkeleri	Batı Asya/Ortadoğu
Suudi Arabistan	Mısır	Suriye
Kuveyt	Cezayir	Irak
Katar	Tunus	Ürdün
B.A.E.	Suriye	Lübnan
Bahreyn	Fas	Yemen
Umman	Libya	Filistin
	Tunus	
	Moritanya	
	Sudan	
	Cibuti	
	Komor	

Kaynak: (Akkaya ve Sezgin, 2015).

Arap ülkelerinin resmi dili Arapçadır. Aynı zamanda Birleşmiş Milletler'in altı resmi dilinden biri olarak kabul edilmektedir. Arap ülkelerinin hâkim dini inancı İslam'dır. "İslam" terimi, Arapça 'da "teslim" anlamına gelmekte olup, "barış" kavramından türetilmiştir. Arap ülkelerinde, Müslümanlar için Cuma günü kutsal bir gün olarak kabul edilir. Öğle vaktinde çalışma durdurulmakta ve toplu dua için bir araya gelmektedir (Chen ve diğerleri, 2014, s. 14).

Arap ülkeleri, doğal güzellikleri ve ılıman ikliminin yanı sıra, Akdeniz, Kızıldeniz, Basra Körfezi ile Hint Okyanusu arasında uzanan eşsiz kıyı şeridiyle farklı bir stratejik konum sergilemektedir. Bu jeopolitik avantaj, bölge ülkeleri için turizm sektöründe, ekonomik kalkınmada ve ulusal gelir açısından büyük bir fırsat sunmaktadır. Ayrıca, zengin tarihi ve arkeolojik mirasıyla da geçmişten günümüze kendine özgü bir değer taşımaktadır (Ali, Madya, Arifin ve Hasim, 2012).

Arap coğrafyası, dünya denizlerine açılan su yolları ve geçitlere sahip olmakla birlikte, küresel petrol ihtiyacının karşılandığı stratejik bir bölge olarak da büyük bir öneme sahiptir (Mazman İtik, 2008).

Dünya petrolünün üçte ikisi ve doğalgaz rezervinin üçte birinden fazlası Arap dünyasında bulunmaktadır. Bu durum, özellikle Körfez ülkeleri olmak üzere bölgedeki gelir olanaklarının artmasına katkıda bulunmuştur. Demografik yapı özellikleri açısından incelendiğinde, dünya nüfusunun yaklaşık %5'ini oluşturan ve nüfus ile nüfus artışının hızla gerçekleştiği bir bölge ile karşı karşıya kalınmaktadır (Mengü, 2012).

1.7.2. Arap Baharının Yansımaları

21. yüzyılda Arap dünyasında meydana gelen en önemli olaylardan biri Arap Baharıdır. Bu durum, halkın diktatörlük rejimine karşı gerçekleştirdiği ilk başkaldırısı olma özelliği taşıdığı için "devrim baharı" olarak adlandırılmaktadır (Atilla, 2014).

Arap ülkelerinde son dönemlerde meydana gelen, baskıcı ve otoriter rejimlere karşı halkın ayaklanmasıyla başlayan ve bu süreç doğrultusunda demokratikleşme

abalarının ortaya çıkması, "Arap Baharı" olarak adlandırılmaktadır (Duran ve zdemir, 2014; Dede, 2011).

Arap Baharı olarak bilinen halk hareketleri, 18 Aralık 2010'da Tunus'ta Muhammed Buazizi'nin kendini ateşe vermesiyle başlamıştır. Bu olay, domino etkisi yaratarak pek çok ülkede değişim rüzgârlarını tetiklemiştir. Tunus ve Mısır'daki halk hareketleri, kısa sürede ihtilallere yol açarken, 2011'de Libya'da Kaddafi rejiminin çökmesine yol açan bir iç savaşı kışkırtmıştır. Ayrıca, Arap Baharı; İsrail, Ürdün, Fas, Cezayir, Irak, Kuveyt, Moritanya, Lübnan, Suudi Arabistan, Sudan ve Batı Sahra gibi bölgelerde protestoların artmasına neden olmuştur. Bu durum, Bahreyn, Suriye ve Yemen'de de çeşitli isyanlarla kendini göstermiştir (Hacıoğlu ve Saylan, 2014).

Arap dünyasında birçok ülkede halk ayaklanmaları, protestolar, mitingler ve çatışmalar, doğrudan ya da dolaylı olarak gerçekleşmiştir. Bu anlamda en belirgin olayların yaşandığı ülkeler arasında Tunus, Mısır, Libya, Yemen, Suriye ve Bahreyn öne çıkmaktadır. Daha ufak çaplı olaylar ise Cezayir, Fas, Irak, Kuveyt, Lübnan, Sudan, Suudi Arabistan, Umman ve Ürdün gibi ülkelerde görölmektedir (Atilla, 2014).

1.7.3. Arap Baharının Türkiye Turizmine Etkisi

Kuzey Afrika, Ortadoğu ve Körfez bölgelerinde yer alan Arap lkeleri ile bu bölgelere yakın bir konumda bulunan Türkiye, dünya genelinde uluslararası turizm hareketlerinin gözlemlendiği önemli cazibe merkezleri arasında yer almaktadır. Arap lkeleri ve Türkiye, turistik ekicilikler bakımından zengin olup, bu zenginlikleri ekonomik kalkınmalarında önemli bir rol oynamaktadır. Ancak, birçok ülke açısından ekonomik açıdan hayati öneme sahip olan turizm sektörü, savaş, terör, hırsızlık, sosyal ve politik krizler gibi faktörlere karşı son derece hassas ve kırılgan bir yapıya sahiptir (Hacıoğlu ve Saylan, 2014).

Türkiye'nin turizm endüstrisi açısından yapılan değerlendirmeler neticesinde, Arap lkeleri iki ana kategoriye ayrılmaktadır: yüksek gelirli petrol ihracatçısı ülkeler, özellikle Körfez lkeleri ve orta ile düşük gelir seviyesine sahip diğer Arap lkeleri. Bu bağlamda, Arap lkelerinin ekonomik gücünün, rezerv sahibi olup olmamalarına

bakılmaksızın, büyük ölçüde petrole bağımlı olduğu belirtilmelidir. Dolayısıyla, bu ülkelerden Türkiye'ye gelecek ziyaretçi sayısı ve elde edilecek gelirler, petrol fiyatları ve üretim miktarlarıyla paralel bir şekilde dalgalanacaktır (Mengü, 2008).

Son yıllarda Arap dünyasında turizm trendini köklü bir şekilde etkileyen iki önemli olay bulunmaktadır. Bu olaylardan ilki, 11 Eylül terör saldırıları sonucunda Müslüman Araplara karşı oluşan önyargılar ve bu durumun neden olduğu bürokratik zorluklardır. Diğer olay ise, Arap Bahar'ının ortaya çıkmasıyla birlikte Ortadoğu'nun büyük bir bölümünde etkisini gösteren siyasi çıkmazlar ve artan güvenlik kaygıdır. 2001 yılında gerçekleşen 11 Eylül terörist saldırıları, dünya genelinde turizm sektörünün derin bir krize girmesine neden olmuştur (Akkaya ve Sezgin, 2015).

2010 yılında başlayan Arap Baharı, bölgedeki turizm sektöründe yeni bir çıkmaza neden olmuştur. Özellikle belirtilen turizm merkezleri, güvenlik zafiyeti nedeniyle öncelikli olarak Körfez ülkeleri vatandaşları tarafından tercih edilmemeye başlanmıştır. Arap Bahar'ının ardından, turist hareketliliği, daha güvenilir ve Müslüman-Arap yaşam tarzına uygun hizmet sunabilen Türkiye, Malezya ve Endonezya gibi ülkelere yönelmiştir (Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı [DOKA], 2015). Arap ülkeleri, Türk turizmi açısından önemli ekonomik fırsatlar sunmaktadır. Özellikle Kuveyt ve Suudi Arabistan gibi Körfez ülkelerinde kişi başına düşen gelirin diğer Arap ülkeleriyle kıyaslandığında yüksek olması, bu bölgelerin Türkiye ve diğer rakip destinasyonlar açısından özel bir öneme sahip olduğunu göstermektedir (Mengü, 2008). Körfez ülkelerindeki yüksek gelir düzeyleri, lüks tüketim ürünlerine talebin artmasına yol açmış ve bu durum, bu ülkeleri turistik açıdan cazip hale getirmiştir. Bu nedenle, Türkiye'nin hedef pazar olarak Körfez ülkelerine daha fazla önem vermesi ve bu ülkelerin beklentilerine uygun lüks turistik tüketim ürünlerine yönelik yatırımlarını artırması gerektiği sonucuna varılmaktadır (Düzgün ve Ödemiş, 2020).

Türkiye'nin 2023 turizm stratejilerini etkin bir şekilde uygulayabilmesi ve hedeflerine ulaşabilmesi bakımından, deniz, kum ve güneş turizmine kıyasla daha fazla önem kazanan alternatif turizm türleri, özellikle doğa temelli turizm ve alışveriş turizmi, Arap turistlerin temel ilgi alanlarını oluşturmaktadır. Bu alternatif turizm biçimleri, Türkiye'nin turistik destinasyonları, özellikle Doğu Karadeniz Bölgesi'ne en yüksek ekonomik katkıyı sağlama potansiyeline sahiptir. Bu bağlamda, söz konusu turizm

türlerine yönelik gerçekleştirilecek yatırımların niteliğinin ve niceliğinin artırılması, lüks tüketim beklentileri içinde bulunan Körfez ülkelerinin Türkiye'ye olan ilgisini daha da artırmak açısından kritik bir öneme sahiptir. Ayrıca, gerçekleştirilecek yatırımların turizm kaynaklarının sürdürülebilir ilkeler doğrultusunda kullanılmasına imkân tanınması gerektiği unutulmamalıdır (Düzgün ve Ödemiş, 2020). Genel itibarıyla, Ortadoğu ve Arap dünyasından Türkiye'ye gelen turist sayıları bakımından Türkiye, Arap Bahar'ından olumlu bir şekilde etkilenmiştir (Hacıoğlu ve Saylan, 2014).

1.7.4. Arap Turizm Modeli

Arap turistlerin seyahat motivasyonlarının temel unsurları arasında doğal güzellikleri ve ılıman iklim koşullarına sahip destinasyonları ziyaret etme, helal gıda tüketimi ve konaklama imkânları, alternatif turistik aktiviteler, eko turizm olanakları, dini motivasyonlar ve alışveriş yer almaktadır. Genel olarak Arap ülkeleri, özelde ise Körfez Ülkeleri'nden gelen turistlerin profilleri; gelir seviyeleri, dünya görüşleri, eğitim durumları gibi çeşitli faktörlere bağlı olarak değişiklik göstermekte olup, aynı ülkenin vatandaşları arasında bile tercih farklılıkları gözlemlenmektedir (Cesur ve Çeken, 2021).

11 Eylül'ün ardından ve bazı Batı ülkelerinde İslam fobi alevleri yaşanırken, artan bölge içi seyahatlerin yanı sıra Orta Doğu bölgesinden "İslam dostu" ülkelere giden bölge içi seyahatlerde belirgin bir artış eğilimi var. Popüler bölge içi seyahat noktaları arasında İngiltere, Avustralya, Fransa, Almanya, İtalya, Türkiye, Tayland ve Malezya yer almaktadır (Arifin ve Hasim, 2009).

Arap turistler genellikle 4 ila 8 kişi arasında değişen aile yapısındaki gruplarla seyahat etmektedirler. Bazı verilere göre, bu aile gruplarının sayısı 30 kişiye kadar çıkabilmektedir. Diğer verilere göre ise, turistlerin büyük kısmı, çoğunluğunu gençlerin oluşturduğu 14 ila 21 kişilik aile veya arkadaş grupları ya da 8 ila 12 kişiden oluşan genç erkek arkadaş grupları şeklinde seyahat etmektedir (Arifin ve Hasim, 2009; Salman ve Hasim, 2012; Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (BAKA), 2013; Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı (DOKA), 2015; Mengü, 2008).

Çoğunlukla şehir merkezlerinde yüksek kaliteli hizmet sunan tesislerde konaklamayı talep etmektedirler. Kalabalık aile grupları, çocuklarıyla birlikte konaklama ihtiyacı duyduklarından dolayı bağlı odalara sahip geniş süitleri veya apart daireleri tercih etmektedirler (Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (BAKA), 2013).

İnternette bilgi toplama alışkanlığı hızla gelişmektedir. Bilgisayarlar ve akıllı telefonlar gibi internet bağlantılı cihazların yaygın kullanılmasına rağmen, internet araştırmalarının seviyesi oldukça düşüktür. Arapların yalnızca %3'ü internet üzerinden rezervasyon yaparken, %5'i seyahat edecekleri yer hakkında bilgi edinmek için internet sitesini kullanmaktadır. Ancak gelecekte internetin hızlı bir şekilde yaygınlaşması ve öncelikli tercih haline gelmesi beklenmektedir (Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı (DOKA), 2015).

Sezon olarak, genellikle okulların tatil olduğu ve bölgedeki hava sıcaklıklarının en yüksek seviyelere ulaştığı Haziran ile Ağustos ayları arasındaki üç aylık yaz dönemleri tercih edilmektedir. Tatil planlamaları genellikle geç dönemde gerçekleştirilmektedir. Uçuş rezervasyonları, genellikle 3-4 hafta öncesinde yapılmakta, tatil planlaması ise sıklıkla 1 hafta öncesine kadar ertelenmektedir (Arifin ve Hasim, 2009; Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı (DOKA), 2015).

Arap turist grupları genel olarak iki ana kategoriye ayrılmaktadır. Bunlar bekârlar ve çiftler ile geniş ailelerdir. İlk grup, daha hareketli ve maceracı deneyimler yaşamayı tercih etmekte ve bu deneyimleri arkadaşlarıyla paylaşmayı arzulamaktadır (Sarı ve Yıldırım, 2015). İkinci grup ise daha sakin bir tatil planı yaparak, genellikle 8 ila 14 gün süren tatiller gerçekleştirme amaçlamakta; bu dönemleri okul tatil aralarından, bazen de bayram ve hac tatil dönemlerinden faydalanarak kısa tatiller şeklinde değerlendirmektedir. Her yıl farklı destinasyonlar keşfetme eğiliminde bulunmaktadır (Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı (DOKA), 2015).

Arap turist gruplarında toplu taşıma tercih edilmemektedir. Bunun yerine taksi ve kiralık araç kullanılmaktadır. Aile grupları, geniş araçlı ve şoförlü turları tercih etmektedir. Gelir grubuna bağlı olarak VIP tur hizmetlerine olan talep artış göstermektedir (Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı (DOKA), 2015).

1.7.5. Tarihten Günümüze Türk-Arap Yemek Kültürü Etkileşimi

Arap medeniyetinin tarihsel olarak ortaya çıkışı M. Ö. 2000'li yıllara kadar uzanmaktadır (Aslan, 2005, s, 29). Arap toplumları, tarihsel süreçte İpek ve Baharat Yolu üzerinde yer aldıkları için ticaret, din ve kültürel gelenekler açısından birbirlerini etkilemişlerdir (Yıldız, 2009).

Türkler ile Arapların tarihsel buluşması, çok daha eski bir döneme, 7. yüzyıla uzanmaktadır. Hz. Ömer döneminde, Müslüman Araplar 642 yılında Nihavent Savaşı'nı kazanarak İran'daki Sâsânî devletine son verdiler. Ardından Araplar doğu yönünde ilerleyerek Ceyhun Nehrine ulaştılar. Ceyhun Nehri'nin ötesinde Türkler yer alıyordu. Böylece, Türkler ve Müslüman Araplar ilk kez karşı karşıya gelmiş oldular. Bu tarihten sonra Türkler ile Arapların tarihleri birçok noktada kesişmeye devam etti (Savrun, 2018).

İslamiyet'in kabulü ile birlikte, Arap mutfak kültürüne ait çeşitli yiyecekler Türk kültürü içinde benimsenmiş ve varlığını devam ettirmiştir (Göker, 2011; Üner, 2014). Özellikle Müslüman Araplar ile Türkler arasındaki dini yakınlık, coğrafi konum, ekonomik ilişkiler ve sınır komşuluğu gibi unsurlar, kültürel etkileşimi daha da derinleştirmiştir. Anadolu topraklarının yerleşim sürecinin öncesinde ve sonrasında, Türkler, göçebe kültürün etkisiyle, ikamet ettikleri bölgelerin mutfak kültürleri ve beslenme alışkanlıklarını kendi kültürel dokularına dâhil etmişlerdir (Şimşek, Soylu ve Özkaya, 2020).

Kültürel değişim ve gelişmelerin toplumsal yaşam üzerindeki etkisinin yemek kültürünü de etkilemesi hem doğal hem de kaçınılmaz bir durumdur (Ertaş ve Karadağ, 2013). İslamiyet'in kabulü ile birlikte, İran ve Arap mutfak kültürlerine ait pek çok unsur Türk mutfağına katılmış ve bu etkiler günümüze kadar devam etmiştir (Göker, 2011). Özellikle Osmanlı mutfağında yer alan çeşitli yemek ve malzeme isimlerinin Arapça ve Farsça kökenli olması, bu durumu açıkça göstermektedir (Közlme, 2012, s, 42).

Türk mutfak kültüründe önemli bir yer edinen humus (hummus), tabule (taboulah) ve babagannuş (baba ghannouj), Lübnan'a özgü ve Arap ülkeleri ile Ortadoğu'da oldukça popüler olan mezelerdir. Ayrıca, ana maddesi haşlanmış nohut olan falafel, Arap dünyasında sıkça tercih edilen bir meze çeşididir. Mısır ve Sudan'da "ta'miye", Yemen'de

ise "baciye" olarak bilinen bu lezzet, Arap Yarımadası'nın yanı sıra Anadolu'nun birçok yerinde de çeşitli ufak farklılıklarla hazırlanarak sunulmaktadır (Şimşek, Soylu ve Özkaya, 2020).

Türklerin helva ile tanışması, İslamiyet'i kabul ederek Arap kültürüne yakınlaşmalarıyla başlamıştır. Helva kelimesi, Arapça kökenli olup "hulv" kelimesinden türemiştir ve tatlı, şirin anlamına gelmektedir. Araplar, tatlılar için genel olarak "halaviyyat" terimini tercih etmişlerdir. Türkçedeki helva kelimesinin karşılığı olarak ise Araplar "helva" ya da "basbusa" terimlerini kullanmışlardır (Bilgin ve Samancı, 2008, s. 125).

Şambali veya şambaba olarak bilinen, Arap kökenli bir tatlı türü olan Şam tatlısı, ülkemizle sıkı bir şekilde bütünleşmiştir. Türkiye'de aynı isimle anılan ve özellikle Malatya, Rize, Erzincan, Bayburt ve Konya'nın Akşehir bölgesinde meşhur olan herse, yapılış ve malzeme açısından büyük ölçüde keşkeğe benzemektedir. Arapların et ve buğdayı birlikte, iyice pişirip harmanlayarak oluşturdukları ve bedene güç verdiğine inandıkları meşhur herselerin, rivayetlere göre Hz. Allah tarafından hasta bir peygambere şifa bulması amacıyla vahiy yoluyla bildirildiği iddia edilmektedir (Şahin, 2011, s. 86).

Tirit, Arap kültürü tarafından genel olarak takdir edilen ve tarih boyunca ziyafetlerde önemli bir yer edinmiş bir yemektir. Arap toplumlarında "tharid" olarak adlandırılan tirit, Cahiliye döneminde yaşamış olan Hâşim b. Abdimenâf'ın halk için düzenlediği tirit ziyafetleri ile tanınmıştır (Şahin, 2011, s. 83-84). Günümüzde, tirit; Balıkesir, Kastamonu, Samsun, Konya ve Şanlıurfa olmak üzere Türkiye'nin pek çok şehrinde hazırlanmakta ve sunulmaktadır.

Günümüzde Türk-Arap mutfak kültürü arasındaki etkileşimde kitle iletişim araçlarının önemi son derece büyüktür. Türkçe veya Arapça yayın yapan televizyon kanalları sayesinde, Türk ve Arap kökenli bireyler, birbirlerinin yemeklerini görme ve tanıma fırsatına sahip olmaktadır. Diğer taraftan, internet aracılığıyla Arap ya da Türk mutfağına ilgi duyan bireyler, bu yemekleri kolaylıkla öğrenip uygulama imkânına ulaşabilmektedirler (Ünal, 2016, s. 61).

1.7.6. Arap Mutfağı ve Temel Özellikleri

Arap mutfağı, batıda Atlas Okyanusu ile komşu olan Fas'tan doğuda Hint Okyanusu'na sınırı bulunan Umman'a, kuzeyde Suriye'ye ve güneyde Sudan'a kadar uzanan geniş bir coğrafyanın kültürünü yansıtmaktadır (Yıldız, 2009).

Orta Doğu hem günümüz hem de tarihsel bağlamda zengin bir gastronomik öneme sahiptir. Arap mutfağı, temel olarak göçebe Bedeviler ile özellikle Lübnan, Suriye ve Filistin mutfaklarından aldığı etkilere dayanır. Ürdün mutfağı da bu zengin mirasın bir parçasıdır ve birçok ortak özelliği taşır. Arap kültüründe yemek, önemli bir unsurdur ve misafirperverlik ile cömertliğin bir ifadesi olarak öne çıkar. Arap mutfağıyla ilgilenen gurmeler, bu eşsiz lezzetlerin peşinde koşar; zengin ziyafetler hazırlamak ise yalnızca Ürdün'ün değil, tüm Orta Doğu'nun gözde bir etkinliğidir (Gheorghe ve Bulin, 2014).

Arap Yarımadası'nda kapsamlı bir inceleme yapıldığında, yerel ürünlerin zengin protein kaynakları sayesinde mutfak kültürüne sağladığı çeşitliliğin önemi ortaya çıkmaktadır. Yarımadanın geleneksel yiyecekleri arasında tavuk, kuzu, koyun, deve ve sığır etleri dikkat çekmektedir. Süt ürünleri arasında ise yoğurt, yumurta ve labne oldukça popülerdir. Ayrıca, kırmızı mercimek, bakla, nohut ve kuru börülce gibi çeşitli baklagiller de sıkça tüketilmektedir. Bu bölgenin sebze ve meyve çeşitliliği de göz ardı edilmemelidir; özellikle patlıcan, soğan, bamya ve salatalık, halkın beslenmesinde önemli bir yer tutmaktadır (Karaca ve Yıldırım, 2020)

Ortadoğu, mutfağında birçok dış ülke ve kültürden ilham alınmış bir bölge olarak öne çıkmaktadır. Moğol istilacıları, köfteyi bu bölgeye getirmiştir. Hindistan ile gerçekleştirilen ticaret, sarımsak, kimyon ve zerdeçal gibi egzotik baharatların bölgeye ulaşmasını sağlamıştır. Ayrıca, bamya Afrika üzerinden bölgeye intikal etmiştir. Yeni Dünya'da yer alan domates, bölgesel mutfağın gelişimine önemli bir katkı sunmuştur (Gheorghe ve Bulin, 2014).

Araplar, hurmayı hem taze hem de kuru olarak tüketmektedirler. Ayrıca, hurmadan ekmek yapma geleneği de bulunmaktadır. Pastacılıkta ise hurma şurubu (dibis) sıkça tatlandırıcı olarak kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra, genç palmyelerin yaprakları sebze olarak tüketilmekte ve bazı palmye türlerinin gövde merkezinden elde edilen

çekirdek kısmı (heart of palm) de besin olarak değerlendirilmektedir. Bazlama, Arapların farklı çeşitlerde ürettiği bir ekmek çeşididir. Bu çeşitler arasında khubz (pide şeklinde balon ekmek), tamis (büyük ve gevrek bazlama), shurayak (yumuşak ve altın renginde ekmek), aysh samuli (somun benzeri ekmek) ve khubz ruqaq (kâğıt inceliğinde hurma şurubu içeren ekmek) yer almaktadır. Kahve (qahwah) ise Arap yaşam tarzında önemli bir yer tutar. Araplar genellikle acı kahveyi tercih eder ve bunu karanfil, gülsuyu, safran gibi baharatlarla tatlandırarak zenginleştirirler (Crawford-Oppenheimer, 2011).

Orta Doğu'daki birçok yerel lezzet, temel bir malzeme olarak tahin, yani susam ezmesi kullanılarak hazırlanır. Bu özel tat, babagannuş ve humus gibi mezelerde sıkça yer alırken; köfte, falafel ve çeşitli sebzelerle birlikte sunulur. Günümüzde bir çeşit meze olarak Türk sofralarının vazgeçilmezlerinden biri haline gelen humus, Arap ülkelerinde ve Orta Doğu genelinde oldukça popülerdir. Bu lezzetin anavatanı Lübnan olarak bilinir. Arapça 'nohut' anlamına gelen "hummus" ifadesiyle anılan bu meze, nohut, tahin, limon suyu, sarımsak, tuz, kimyon, kırmızıbiber ve zeytinyağı ile hazırlanır. Orta Doğu mutfağının sevilen bir diğer mezesi ise babagannûç'tur. Bu lezzet, közlenmiş patlıcanın tahinle karıştırılmasıyla elde edilir (Gheorghe ve Bulin, 2014).

Arap ve Türk mutfağının farklılaştığı noktalarından biri, Arapların baharatlı yiyeceklere olan daha fazla düşkünlüğüdür.

2. BÖLÜM: RESTORAN İŞLETMELERİNDE MENÜ VE REÇETELENDİRME

2.1. Restoran İşletmeleri ile İlgili Kavramsal Çerçeve

Restoran teriminin kelime anlamını belirlemeye yönelik pek çok tanım yapılmış olmasına rağmen, bu konuda önemli referans kaynakları mevcuttur. İlgili tanım, ünlü bir Fransız bilim ve araştırma merkezine aittir. Eserde, restoran isminin etimolojik ve tarihsel süreci incelendiğinde, bu kelimenin 10. yüzyılın ikinci yarısında kullanılan "restaurar" fiilinden türediği ve bu fiilin de "retaurer" fiilinden kaynaklandığı ifade edilmektedir. Aynı kaynak, 1216 yılında söz konusu fiilin "restorer" olarak kullanılmasıyla, gücünü yemek yoluyla kazanmaya atıfta bulunulduğunu vurgulamaktadır. Bu ayrıntıya, ünlü şövalye Robert de Clari'nin "Constantinople" adlı seyahatnamesinde yer verilmiştir (Yıldız, 2019). İkinci bir tanım ise Türk Dil Kurumu'na (2024) göre, restoranın yemek pişirilen yer, aşevi ve lokanta olarak tanımlandığını göstermektedir. Restoran kavramının standart bir tanımı yoktur. Zencir (2017)'ye göre restoran, müşteriler yiyecek ve içeceklerin sunulduğu yerlerdir, aynı zamanda müşteriler tarafından evlere de yiyeceklerin götürülebileceği ve evlere servis yapılabilen mekânlardır.

Restoranlar, müşterilerin temel beslenme ihtiyaçlarını karşılamakla kalmayıp, yiyecek ve içecek üretiminin yanı sıra hizmet sunumuyla da ön plana çıkan ticari kuruluşlardır. Bu işletmeler, kaliteli bir hizmet anlayışını benimseyerek, müşterilerin keyifli vakit geçirmelerini hedeflemektedir (Şengül ve Türkay, 2015).

Fransızca ve İngilizce köklerine bakıldığında, "restoran" kavramının yenileme, onarma, canlandırma ve sağlık kazandırma gibi tanımları olduğu görülmektedir. Ancak günümüzde bu terim, yiyecek ve içecek hizmeti veren bir iş yeri anlamında kullanılmaktadır. Türkçede aynı anlama gelen "lokanta" kelimesi ise İtalyanca kökenli "locanda" kelimesinden türetilmiştir. İtalyancada "ristorante," "trattoria," veya "locanda" olarak adlandırılan bu işletmeler, otel ve restoran hizmetleri sunmaktadır (Zencir, 2017, s. 2-3).

"Ristorante," masalara servis yapılan, yemek yenilebilen lüks mekanlar olup, otellerde yer alabileceği gibi bağımsız işletmeler de olabilir. Daha kapsamlı yemek ve ağırlama hizmeti sunan bu yerler, konforlu bir atmosferde misafirlere hitap eder. Öte yandan, "trattoria" veya Türkçesi "lokanta," temel ihtiyaçlara yönelik, kamuya açık ve masa servisi yapılan mekânlar olarak tanımlanmaktadır (Zencir, 2017, s. 2-3).

Lokanta ve restoran tanımları arasında belirgin farklar bulunur. Lokantalar, genellikle daha geniş bir kitleye hitap ederek, uygun fiyatlarla yemek sunan halka açık yerlerdir. Restoranlar ise, özenle hazırlanmış detaylı menüler ve yüksek kaliteli hizmet sunarak, daha lüks bir deneyim sunan işletmeler olarak öne çıkar. Ancak, bu tanımlardaki farklılıklar, restoran kavramının sınıflandırılmasında net bir bilgi sağlamamaktadır (Zencir, 2017, s. 2-3).

Tarihi süreçlere göz attığımızda, ilk insanların beslenme ihtiyaçlarını doğada buldukları bitki, meyve ve sebzelerle karşıladıkları anlaşılmaktadır. Ateşin keşfiyle birlikte, toplanan bitkiler ve avlanan hayvanlar ilk kez pişirilerek yemek haline getirilmiştir (Korkmaz, 2010).

İsviçre gölleri çevresinde, milattan önce 5000'li yıllara kadar uzanan döneme ait kayıtlar, bu bölgedeki toplu yemeklerin düzenlendiğine dair önemli kanıtlar sunmaktadır. Eski Mısır mezarları ve tapınaklarındaki elle yapılmış figürler, o dönemde toplu yemek hazırlama ve sunma becerilerinin var olduğunu göstermektedir. İmparatorluklar ve krallıklar, orduların beslenmesi ve şehir halkına moral vermesi amacıyla toplu yemeklere büyük önem vermiştir (Korkmaz, 2010).

Yemek pişirme sanatı, Mezopotamya'da kendini göstermeye başlamış ve bu miras ilk olarak iki ana mutfak olarak ayrılmıştır: Çin mutfağı ve Anadolu mutfağı. Çin mutfağı, Japon ve Uzakdoğu mutfaklarının etkisi altında şekillenmiştir. Mezopotamya mutfağı ise Anadolu ve Fransız mutfaklarından esinlenerek gelişmiştir. Zamanla, sınırların belirlenmesi ve medeniyetlerin evrimi ile birlikte her toplum, kendine özgü yemek kültürünü ve kimliğini yaratmaya başlamıştır. Örneğin, Sümerler ve Mısırlılar gibi topluluklar, yaşadıkları coğrafyanın iklimi ve kaynaklarına bağlı olarak kendilerine özgü yemek kültürlerini oluşturmuşlardır.

Sanayi devrimi döneminde, maden ocaklarındaki işçi sayısında önemli bir artış yaşanmış ve günlük çalışma saatleri 16-18 saate kadar uzamıştır. Bu uzun çalışma süreleri, işçilerin sağlıklarını olumsuz yönde etkilemiş, zayıflayıp hastalanmalarına yol açmıştır. Sonuç olarak, insanlar dışarıda yemek yemeye yönelmiş ve ilk restoranlar bu ihtiyaç doğrultusunda kurulmuştur (Akbaba ve Çetinkaya, 2018, s. 122-123).

Sanayileşme ve kentleşmenin etkisiyle insanlar, iş, seyahat ve tatil gibi çeşitli amaçlarla daha sık seyahat etmeye başlamıştır. Bu durum, insanları evlerinden uzaklaştırmış ve beslenme ihtiyaçlarını karşılamakta bazı zorluklarla karşılaşmalarına yol açmıştır. Bu zorluklar nedeniyle yemek yeme eylemi, ticari bir faaliyete dönüşmüştür. Restoran kavramının, bu ticari faaliyetin modern anlamda ortaya çıkmasıyla Batı Avrupa’da geliştiği düşünülmektedir (Akarçay ve Sungur, 2015). Restoran kavramı ilk olarak, kuzu ayağında beyaz şarap sosu ile hazırlanan özel bir iyileştirici çorbayı tanıtmak amacıyla ilanlarda kendini göstermiştir. Literatürdeki bilgilere göre, restoranlar 1760’lı yıllarda Paris’te ortaya çıkmıştır. Bu mekânlarda, haşlanmış etten yapılan et suyu veya bulyon gibi içeceklerin servis edilmeye başlandığı belirtilmektedir. İlk restoranlar, yemek yemek için değil, güçlendirici et suları yudumlayarak hasta bireylere destek olmak amacıyla tasarlanmıştır (Akdeniz, 2019).

Restoran kavramının tarih sahnesinde ilk kez yer aldığı mekân, 1765-1766 yıllarında Paris'te çorba satan Boulanger adlı işletmecinin dükkânıdır (Sarıışık, 2019, s.19).



Fotoraf 1:Tarihte İlk Restoran Boulanger

Kaynak: (<https://yemek.com/dunyanin-ilk-restorani>, 2024)

Dükkânında koyun bacağından hazırlanan, beyaz sos içinde ağır ateşte yavaşça pişirilen çorbayı müşterilerine sunarak onları besleyen Boulanger, sunduğu çorbanın şifalı olduğuna inandığı söylenmektedir. Bu çorbanın insan vücuduna canlılık ve tazelik kazandırdığını düşünerek dükkânına 'restaurer' adını vermiştir. Böylece, literatürde 'restoran' terimini fiili olarak kullanan ilk kişi unvanına sahip olmuştur. Bu dönemde restoranının satış oranları hızla artarken, önemli kazançlar elde etmiş; bu da diğer girişimcilere ilham kaynağı olmuştur. 1820'li yıllara gelindiğinde Fransa'daki restoran sayısı 3000'i aşmış durumda olduğu bilinmektedir. Ancak modern anlamda lüks restoran kavramının öncüsü, 1782 yılında Paris'te açılan "La Grande Taverne de Londres" olmuştur. Bugün, Grande Taverne de Londres hala lüks restoranların kurucusu olarak kabul edilmektedir (Korkmaz, 2010; Yurday ve Kınır, 2019; Akdeniz, 2019; Özbay, 2019).

Türkler de ise eski çağlardan bu zamana kadar ticaret ve din başta olmak üzere birçok sebeple seyahat etmiş, konaklama için kervansaraylar kullanmışlardır. Kervansaraylar gezginlerin sadece konaklama ihtiyacını sağlamak için değil yiyecek ve içecek ihtiyacını karşılamak için kullanılmıştır (Bingöl, 2007).

13. yüzyılda kullanılan kervansaraylar ve hanlar, Türk dünyasında bilinen ilk otel olarak kabul edilmektedir (Güdük, 2016). Zamanla gezginlerin yiyecek ve içecek ihtiyaçlarını karşılayan bu işletmeler, değişime uğrayarak günümüzde bilinen ilk ticari yiyecek ve içecek işletmeleri olan 1550'li yıllardaki kahvehanelere dönüşmüştür (Bingöl, 2007). 18. yüzyılda Osmanlı döneminde ise mutfakla ilgili ilk yazılı eser, 'Ağdiye Risalesi' adıyla kaleme alınmış, 'Melce'üt Tabbahin' ise ilk basılı yemek kitabı olarak tarihe geçmiştir (Güdük, 2016). Restoran Türkiye'de ilk olarak 13 yy. yarısında Selçuklu Devleti zamanında Konya Aksaray' da görülmüştür. Bunlar lokanta işlemesi olmayıp kervansaraylar olup yemek ve Müslüman olmayanlara ise içki servisi yapılmaktadır (Zencir, 2017).

Restoranlar, küresel ve ulusal ekonomi içerisinde hızla gelişerek büyümeye devam eden endüstrilerden biri olarak kabul edilmektedir. Yiyecek ve içecek sektörü, bireylerin alışkanlıkları ve yaşam tarzları üzerinde etkili olan bir alan olarak önemli bir yere sahiptir. İnsanların yaşam standartları, bilgi düzeyleri ve kültürel birikimleri arttıkça,

yiyecek ve içecek işleme süreçlerinde belirgin değişimler meydana gelmiştir (Sökmen, 2011, s. 5).

2.2.Menü Kavramı ve Tarihçesi

Menü teriminin, Latince "küçük" veya "az" anlamına gelen "minutus" kelimesinden türediği bilinmektedir. Latince'den Fransızca'ya "le menü" (le mönü) olarak geçen bu kelime, zaman içerisinde gerçek anlamını yitirmiştir. Günümüzde menü, bir öğünde sunulan yiyeceklerin ayrıntılı bir listesini ifade etmekte kullanılmaktadır. Menü kavramı, yeme-içme endüstrisinin gelişimi ile birlikte çeşitli ülkelerde benimsenmiştir. Restoran işletmelerinde yaşanan bu gelişim ve değişim doğrultusunda, menü, ücretleri belirtilen sıralı yiyeceklerin yer aldığı bir liste olarak işlev kazanmaya başlamıştır (Bolat, 1995; Cömert ve Çınar, 2004).

Menü kavramı, bazı ulusal kaynaklarda "mönü" olarak da kullanılmaktadır. Bunun nedeni, söz konusu terimin Fransızca kökenli olması ve Fransızcanın modern yiyecek ve içecek işletmeciliğinin gelişimindeki öncü çalışmaları sayesinde dünya genelinde yiyecek ve içecek hizmetlerinin sembolü haline gelmiş olmasıdır. Fransızcada "menü" olarak yazılan bu terim, "mönü" şeklinde telaffuz edilmektedir. Bu nedenle, Türk Dil Kurumu tarafından Türkçede "mönü" olarak kaydedilmiştir; ancak Türkçe'nin dil ve ağız alışkanlıkları gereği, zamanla bu terim "menü" olarak düzeltilmiştir. Günümüzde doğru kullanım "menü" şeklindedir (Altınel, 2009; İyitoğlu, 2016). Türk Dil kurumuna göre ise menü yemek listesi veya sofraya çıkarılacak yemeklerin hepsi olarak tanımlanmıştır (TDK, 2024).

Literatürde menü ile ilgili çeşitli tanımlar bulunmaktadır. Bu tanımlardan bazılarını ele alacak olursak; menü, işletmelere gelen müşterilerin yiyecek ve içecek seçimlerini daha kolay bir şekilde yapabilmeleri amacıyla belirli kriterlere göre kategorize edilmesidir (Aktaş, Alan ve Suna, 2019). Menü, işletmeler tarafından hazırlanıp bölümlendirilen ve müşterilerin yemek seçimlerinde rehberlik yapma amacını taşıyan bir belgedir (Akay, 2012). Müşteriler için sunulan menü, yemek türlerini, yemeklerin nasıl tüketilmesi gerektiğini, fiyat listesini ve ödenecek tutarı belirten bir bilgi kaynağı işlevini üstlenmektedir (Özdemir ve Nebioğlu, 2018).

Menü, yiyeceklerin tam olarak hazırlanıp servis edilebilmesi için derlenmiş bir listedir. Bu liste, restorana gelen müşterilerin şefler hakkında bilgi edinmelerini sağlayan işletmenin tanıtım aracıdır. Başka bir deyişle, mutfak şeflerinin yemeklerinin somut bir ifadesidir. Menüler, yalnızca restoran markasının bir parçası olarak işlev görmekle kalmayıp, aynı zamanda müşterileri restorana çekmek amacıyla kullanılan etkili bir pazarlama aracıdır. Menü, restorana davet eden bir tür davetiye niteliği taşımaktadır (Nguyen, 2019).

Menü, bir yiyecek hizmeti kuruluşunda satın alınabilecek ürünlerin bir listesini sunar. Menü, pazardaki rakiplerin belirlenmesinde teorisinin nasıl uygulandığını, yemeklerin detaylarını ve bileşenlerini açıklar. Ayrıca, yiyecek ve içeceklerin satışlarını artırmak amacıyla pazarlama stratejilerinde önemli bir rol oynamaktadır (Nguyen, 2022).

Menü, restoran için önemli bir tanıtım aracıdır. İyi bir yemek listesi, yiyecek hizmeti işletmesinin imajını güçlendirirken, misafirin yaklaşan yemek için yiyecek ve hizmet kalitesine dair beklentilerini de şekillendirir (Kwong, 2005).

Tüm tanımların ortak noktası, menünün bir yemek listesi olmasıdır. Daha detaylı bir tanım yapmak gerekirse, menü, yiyecek ve içecek işletmelerine gelen müşterilerin talepleri ve restoranın kapasitesine göre servis edilmeye hazırlanan, uyumlu ve düzenli bir sıra ile sunulan yiyecek ve içeceklerin yanı sıra, bunların fiyatlarının da yer aldığı bir listedir (Bahçeci, 2015)

Menü kavramının kökenleri oldukça eski zamanlara kadar uzanmaktadır. Çin kaynaklarında, menülerin M. Ö. dönemlerine kadar gittiği kaydedilmektedir. Bu kaynaklarda, yolcuların hanlarda konaklayarak yemek yedikleriyle ilgili bilgilere rastlanmaktadır. M. Ö. 10. 000 yıllarında, kabilelerin gıda ihtiyaçlarını genellikle büyük mutfaklarda hazırlanan yemeklerle karşıladıkları bilinmektedir. Menülerin kullanımı son iki yüzyıla dayansa da "menü" kelimesinin kavram olarak ilk defa M. Ö. 3. 000 yıllarında geçtiği ve Babil'de düzenlenen kraliyet ziyafetlerinde, festivallerde şarap eşliğinde et, hurma, elma, armut ve incir gibi meyvelerin davetlilere belli bir düzen içinde sunulduğu görülmektedir. Ayrıca, gösterişli ziyafetlerde asiller dışında kalan yerel halkın, bu lezzetleri yalnızca festivallerde tadabildiği belirtilmektedir. Zamanla, Roma İmparatorluğu'nun büyüyüp gelişmesiyle birlikte yemek kültürü de ilerlemiş ve menüler

daha basit hale gelmiştir. M. S. 100 yılına ait bir menüde başlangıç olarak marul, soğan, balık ve yumurta; ana yemek olarak hububat, karnabahar ve fasulye; tatlı olarak ise armut, kestane, zeytin, bezelye ve yeşil fasulye gibi seçenekler bulunmaktadır (Çınar, 2004; Mil ve Tezel, 2019).

Menü, 1541 yılında ilk kez Brunswick Dükü Henry tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Dük, uzun bir kâğıt parçasına ilgisini çeken ve en sevdiği yemekleri yazarak ilk menüyü oluşturmuştur. Bu yenilik, sonraki davet ve ziyafetlerde menülerin kullanımına öncülük etmiştir. 1541'de ortaya çıkan menüler, boyutları nedeniyle masanın kenarına yerleştirilmiş ve misafirlerin görmesi sağlanmıştır. Zaman içerisinde menülerin kullanım alanları genişledikçe, boyutları da küçülmeye başlamıştır (Mil ve Tezel, 2019; Akay, 2012; İyitoğlu, 2016).

Menünün tarihsel evrimine göz attığımızda, geçmişten günümüze birçok yenilik, değişim ve çalışma gerçekleştirildiği açıkça görülmektedir. Bu dönemdeki menüler, klasik menü olarak adlandırılmaktadır. Zamanla yaşanan değişim ve gelişmelerle birlikte günümüz menüleri, son halini almıştır (Taşpınar, 2011).

2.3. Menü Çeşitleri

Menü çeşitlerinin tarihsel gelişimi incelendiğinde, yemeklerin gruplandırılmasından servis sırasına, yemek seçimine ve yemek özgürlüğüne kadar birçok alanda kapsamlı çalışmalar gerçekleştirildiği gözlemlenmektedir. Bu bağlamda, kabul edilen ilkelerin tartışmaya kapalı ve neredeyse dokunulmaz nitelikte olduğu söylenebilir; zira bu ilkeler, Klasik Menü döneminden günümüze dek, geliştirilerek ve değiştirilerek modern menü anlayışına ulaşmıştır. Klasik menüde yer alan yemekler ile bu yemeklerin sayısı ve çeşitlilik tercihleri, zaman içerisinde, tüketicilerin istek ve ihtiyaçları doğrultusunda evrim geçirmiştir (Mil ve Tezel, 2019).

Menüler, belirli kriterler doğrultusunda kategorilere ayrılmıştır. Restoranların kendine has farklı özelliklere sahip olmaları, menü çeşitliliğini etkilemiştir. Bu durum, yiyecek ve içecek işletmelerinin yapısı, sunum şekli, yemek öğünleri, mevsimsel özellikler, ihtiyaçlar ve talepler gibi çeşitli unsurlar göz önünde bulundurularak sınıflandırma yapılmasına olanak tanımaktadır.

Bolat (1995)'e göre menüler dört ana başlık altında kategorize edilmiştir. Bunlar sırasıyla; sunma şekli ve fiyat yapısı açısından menüler, değiştirme sıklığına göre menüler, yemek öğünleri açısından menüler ve özel menülerdir. Aktaş (2001) daha yalın bir menü sınıflandırması tercih ederek 2 grupta incelemiştir. Alakart ve table d' hote olarak sınıflandırmıştır. Koçak, (2009)'a göre menü çeşitleri fiyatlandırma biçimine göre, listeleme biçimine göre ve kullanım sıklığına göre 3 ana başlık altında sınıflandırılmıştır. Özgen (2015), yemek çeşitliliği ile fiyat düzenine, değişiklik sıklığına, yemek konseptleri, etkinlik ve özel günler, içecek seçenekleri, özel diyet gereksinimlerine yönelik menüler teknolojik yeniliklerle ilgili menüler olmak üzere sekiz farklı menü türünden söz edilmiştir. Zencir (2017), göre menü çeşitleri beş kategoriye ayrılmaktadır. Farklı kategorilere göre yemek sınıflandırılan menüler; yemek çeşitlerine, sunum şekline ve fiyat yapısına göre menüler, değiştirme sıklığına göre menüler, öğünlerine göre menüler, fiziksel rahatsızlıklara göre menüler, özel istek ve beklentilerine göre menüler genel başlıklara ayrılmaktadır.

Yapılan literatür araştırmasında genellikle Bolat, (1995)'in yapmış olduğu çalışmadaki sınıflandırılma yararlanılmıştır. Bunlar; Sunma şekli ve fiyat yapısı açısından menüler, değiştirme sıklığı açısından menüler, yemek öğünleri açısından menüler, özel menüler olarak 4'e ayrılır.

2.3.1 Sunma Şekli ve Fiyat Yapısı Açısından Menüler

2.3.1.1.Tabldot Menüler

Tabldot menü, önceden belirlenmiş genellikle 3 veya 4 yemek çeşidi içeren, belli bir zaman diliminde sabit bir fiyatla sunulan bir menü türüdür. Bu menüler, genellikle kolayca hazırlanan ve herkesin aşına olduğu yemeklerden oluşur. Sabah, öğle veya akşam öğünleri olarak servis edilebilmektedir (Bolat, 1995; Denizler, 2005, s. 54; Atılan, 2008; Selek, 2009).

Bolat'ın 1995 yılına göre, Tabldot menüsünün karakteristik özellikleri şunlardır:

- a) Yemeklerin belirli kriterlere göre sınıflandırılması,
- b) Sınırlı sayıda bölüm ve yemekten oluşması,

- c) Sabit bir satış fiyatına sahip olması,
- d) Servis esnasında veya sipariş anında hazır bulunması.

Bir yemek dönemi boyunca, seçme hakkı kısmen veya tamamen sınırlandırılarak, önceden belirlenen yiyecek ve içecek grubunun sabit bir fiyatla sunulmasına tabldot menü denir. Bu tür menülerde yer alan yiyecekler, müşteriler tarafından değil; ilgili kişiler veya kurumlarca belirlenir. Belirlenen menünün tamamına sabit fiyat uygulandığı durumlarda, bunlara genel anlamda tabldot menü çeşitleri denilmektedir (Ekinci, 2010).

2.3.1.2. Alakart Menüler

Alakart menü, restoranlarda yaygın olarak uygulanan bir menü türüdür. Bu sistem, 1834 yılında New York'ta ilk kez uygulanmaya başlamıştır. Alakart menüler, içerdikleri yiyecek ve içecek kalemlerinin her birinin ayrı ayrı fiyatlandırıldığı bir yapıya sahiptir ve bu durum, müşterilere arzu ettikleri yiyecekleri seçme olanağı tanımaktadır. Yiyeceklerin tek tek satılması, grup fiyatlarıyla satılmasına kıyasla daha fazla gelir sağladığı için lokantalarda tercih edilmektedir (Akay, 2012; Maviş, 2005, s. 85-86).

A la carte menülerin belirgin özellikleri şunlardır:

- a) Tabldot menülerine kıyasla daha geniş bir menü seçenekleri sunulmaktadır.
- b) Yiyecekler, belirli başlıklar altında sistematik bir şekilde listelenmektedir.
- c) Tüm yemekler, sipariş üzerine hazırlanma sürecine başlanarak temin edilmektedir.
- d) A la carte menüler, tabldot menülerine göre daha yüksek bir maliyete sahiptir.
- e) Genellikle egzotik ve pahalı mevsimlik yiyecekler de menülerde yer almaktadır (Bolat, 1995).

Alakart menüde yiyecek ve içecekler ayrı ayrı listelenmekte olup, buna göre bir fiyat listesi oluşturulmaktadır. Tabldot menüsünden farklı olarak, müşteriler istedikleri seçenekleri tercih edebilmekte ve planlanmış yemekleri seçmek zorunda değildirler.

Ayrıca, çeşitli aperiatifler, tatlılar ve içecekler arasından tercihlerini yapabilirler (Bolat, 1995).

Alakart menülerin iki farklı kullanımını görmek mümkündür. Bunlar; İşletmenin Spesiyaliteleri Menüsü ve Özel Tutundurma Menüleridir.

2.3.1.2.1. İşletmenin Spesiyaliteleri Menüsü

İşletmenin spesiyaliteleri, alakart menü içerisinde özel bir bölümde sunulmaktadır. Bu bölüm genellikle bir veya iki ana yemekten oluşur ve her bir ana yemek ayrı ayrı fiyatlandırılmaktadır. Yemekler önceden hazırlanmakta olup, günlük olarak taze alternatiflerle değiştirilebilir (Bolat, 1995).

2.3.1.2.2. Özel Tutundurma Menüleri

Belirli saatlerde müşterilere sunulan ek bir menü, alakart menüye ilave bir seçenek olarak sunulmaktadır. Bu menünün amacı; müşteri ilgisini artırmak, müşterilerin işletmedeki harcamalarını yükseltmek, devir oranını artırmak ve restoranın kârını maksimize etmek için özel yemeklerin satışını teşvik etmektir (Bolat, 1995).

2.3.2. Değiştirme Sıklığı Açısından Menüler

2.3.2.1. Sabit (Değişmez) Menüler

Sabit menüler, her gün sürekli olarak aynı yiyecek ve içeceklerin sunulduğu menülerdir. Bu tür menüler, yıl boyunca değişmeden uygulanabileceği gibi, mevsimlik veya aylık gibi belirli periyotlarla da güncellenerek kullanılabilir (Gisslen, 2011, s. 95).

2.3.2.2. Devirli Menüler

Menüler, belirli periyotlarla düzenli olarak günlük olarak değiştirilmektedir. Kurumsal işletmeler, sürekli olarak aynı müşterilere hizmet verdiklerinde, bu tür menülerin yarattığı monotonluğu, benzer menü seçenekleri ile gidermektedir. Menü, belirli bir zaman dilimindeki yemekleri içermekte olup, her iki ile altı hafta arasında

tekrarlanmaktadır. Her ay aynı menünün yeniden kullanılması mümkündür (Bolat, 1995; Maviş, 2005, s. 88).

2.3.3. Yemek Öğünleri Açısından Menüler

2.3.3.1 Kahvaltı Menüleri

Genel olarak kahvaltı menülerinde sınırlı seçenekler bulunmaktadır. Kahvaltı için genellikle ekmek, tereyağı, bal, reçel, yumurta, çay, sos, çörekler ve salam gibi çeşitli gıdalar sunulmaktadır. Kahvaltı menüsünde öne çıkan unsurların pratik, hızlı ve ekonomik olması ön plandadır. Müşteriler, genellikle işlerine yetişebilmek amacıyla hızlı bir hizmet talebinde bulunmaktadır. Bu nedenle, kahvaltı menülerinde sınırlı seçenekler ve temel kahvaltı alternatifleri sunulmamaktadır (Bolat, 1995; Koçak, 2004, s. 5; Altınel, 2009).

2.3.3.2. Öğle Menüsü (Dejeuner)

Öğle menüleri, alakart veya yarı alakart biçiminde sunulabilmektedir. Alakart menüler, aperatifler, salatalar, soğuk ve sıcak sandviçler, tatlılar ve içecekleri içermektedir (Gökdemir, 2009, s. 84). Öğle menüleri, genellikle akşam yemeklerine kıyasla daha küçük porsiyonlar halinde servis edilmekte olup, bu durum daha ekonomik bir seçenek sunmaktadır. Fiyatlar, menü kalemleri, servis türü ve işletmenin lokasyonuna bağlı olarak değişiklik göstermektedir (McVety vd., 2008, s. 63). Ayrıca, öğle menüleri, müşterilerin zaman kısıtlamaları nedeniyle hızlı bir şekilde sunulmaktadır (Denizer, 2005, s. 52).

2.3.3.3. Akşam Yemeği Menüsü (Diner)

Akşam yemekleri, çoğu birey için ana öğün niteliği taşımaktadır. Kahvaltı ve öğle yemeklerine kıyasla daha ağır yiyecekler tercih edilmektedir. Ayrıca, akşam yemekleri, özel günlerin kutlanması ve günün yorgunluğunun atılması açısından müşteriler tarafından daha fazla önemsenmektedir. Müşterilerin öğle yemeğinden daha fazla ücret ödemeleri dolayısıyla, akşam yemeklerine dair beklentileri oldukça yüksektir; bu

beklentiler arasında servis kalitesi, atmosfer, dekor ve lezzetli yiyecekler yer almaktadır. Bu durum nedeniyle, akşam yemeği menüleri geniş bir çeşitlilik göstermektedir. Biftek, rosto, tavuk, deniz ürünleri ve makarna, klasik akşam yemeği seçenekleri arasında bulunmaktadır. Ayrıca, şaraplar, kokteyller ve egzotik tatlılar akşam yemeği için daha cazip unsurlar olarak değerlendirilmektedir (Ninemeier, 1991, s. 108; Bolat, 1995).

2.3.4. Özel Menüler

2.3.4.1. Çocuk Menüsü

Çocukların beslenme gereksinimlerine uygun olarak hazırlanmış, daha küçük porsiyonlar ve makul fiyatlarla sunulan, dikkat çekici, eğlendirici, renkli ve görsellerle desteklenmiş menülerdir (Koçak, 2004, s. 76).

2.3.4.2. İçecek Menüsü

Alkollü ve/veya alkolsüz tüm içeceklerin bir yiyecek-içecek işletmesinin menüsünde ayrı bir bölüm olarak listelenmesi veya tamamen bağımsız bir menü olarak sunulması şeklinde düzenlenebilir (Rızaoğlu ve Hançer, 2013, s. 173).

2.3.4.3. Tatlı Menüsü

İşletmenin cinsine ve büyüklüğüne göre tatlı çeşitleri değişir.

2.3.4.4. Oda Servisi Menüsü

Özellikle uluslararası standartlara sahip beş yıldızlı otellerde uygulanan, konaklayan misafirin odasına 24 saat boyunca sunulan menüdür. Bu hizmet, çeşitli yönleriyle kapsamlı bir niteliğe sahiptir; menü, bazı istisnalar hariç olmak üzere, kahvaltıdan yemek ve içecek çeşitlerine kadar birçok ürünü içermektedir (Altınel, 2009).

2.3.4.5. Özel Mutfak Menüsü

Belirli bir ülke veya bölgeye özgü olarak hazırlanmış menülerdir. Örneğin, Fransız mutfağı veya Akdeniz bölgesi gibi (Bolat, 1995).

2.3.4.6. Ziyafet Menüleri

Günlük menü dışında, davet sahibinin talep ettiği yemekler doğrultusunda belirli bir ana yemeğin yer aldığı set usulü özel bir hazırlığın yapıldığı ve düğün, nişan, mezuniyet, emeklilik ile yıldönümü kutlaması gibi etkinliklerde sunulan menüler ifade edilmektedir (Altınel, 2009).

2.4. Menü Planlama ve Geliştirme

Menü planlama, yiyecek ve içecek işletmelerinin hangi ürünleri üreteceği ve pazarlayacağına ilişkin eylemleri içeren bir süreçtir. Menü geliştirme ise, yemek ve içeceklerin yer aldığı menülerin boyutu, rengi, menü kartı için kullanılan malzeme, yerleştirilmesi, yazı şekli, menünün basımı ve dağıtımı gibi unsurların yanı sıra, yiyecek ve içeceklerin rengi, şekli, estetik görünüşü, adı, tadı ve sunum düzeni üzerindeki araştırma ve biçimlendirme çalışmalarını kapsar (Rızaoğlu, 1991).

Kivela (2003)'e göre menü planlama bir menü yer alacak öğelerin seçme süreci olarak tanımlar.

Menünün oluşturulmasında önemli faktörlerden biri müşterilerin istek ve beklentileridir. Müşterilerin yiyecek içecek işletmelerinde tercih ettikleri yemekler, beslenme alışkanlıkları, yeme içme ayırdıkları bütçe, mutfakta çalışan eleman sayısı, ekipmanlar, yiyecek hammaddeyi tedarik etme ve ulaşılabilirlik, yasal düzenlemeler, işletmenin karlılık hesapları gibi faktörler menü planlamayı etkilemektedir (Boğan ve Sarıışık, 2019, s. 246).

Menü planlama, fiyatlandırma ve tasarım birbiriyle ilişkili konulardır. Fiyatlandırma görevini yerine getirmek için yöneticilerin menü öğelerini, içeriklerini ve buna bağlı olarak maliyetlerini bilmeleri gerekir. Benzer şekilde, menü tasarımı da menü öğelerinin adlarını, içeriklerini ve fiyatlarını bilmeyi gerektirir. Ayrıca, yöneticiler menü planlama, fiyatlandırma ve tasarım kararlarını durum analizi ve hedeflerin gözden geçirilmesinin sonuçlarına dayandırmalıdır (Özdemir ve Çalışkan, 2014).

Planlama, fiyatlandırma ve tasarımın ardından planlanan menü üretime alınır. Bu nedenle, planlanan menüyü işletmek, planlama aşamasında belirlenen beklenen

performansı elde etmek için standart prosedürleri benimsemeyi gerektirir. Menü planlama ayrıca satış tahmini, gıda güvenliği, bütçeleme ve maliyet kontrolünden oluşmalıdır. Ardından, operasyon aşamasının amacı, menünün gerçek performansının beklenen performansla tutarlı olmasını garantilemektir (Özdemir ve Çalışkan, 2014). Yiyecek ve içecek işletmelerinin bütün üretiminde ve hizmet faaliyetlerinin planlanmasında birinci ve en temel aşaması menü planlamasıdır (Bahçeci, 2015).

2.5. Menü Tasarımı

Menü tasarımı, yiyecek içecek işletmelerinde birçok anlamda kullanılmaktadır. Menü tasarımı; menü kartları, yemek listeleri, menü oluşturma, düzenleme ve yapılandırma kavramları olarak da adlandırılmaktadır (Kızıldemir ve Hulağa Kaderoğlu, 2021).

Menü tasarımı yapan işletme çalışanlarının dikkat etmesi gereken en önemli görevi, restoran gelen müşterilerin dikkatini işletmenin asıl satmak istediği yiyeceklerle yöneltmektir. Menü satış ve kar artırmaya yönelik tasarımı yapılmalıdır (Bolat, 1995).

Kwong (2005)'e göre menü, düzgün bir şekilde tasarlandığında, müşterinin dikkatini çekmek, işletmecinin satmak istediği yemekleri ve genel restoran kârlılığı artırmak için faydalı olacak etkili bir yöntemdir. Restoranlar, menü tasarımı ve menü mühendisliğinin bir arada nasıl çalıştığını inceleyerek karlarını artırmayı amaçlamaktadırlar. Yapılan araştırmalar, menü planlaması, menü ögesi seçimi, menü tasarımı ve menü mühendisliğinin restoranların başarılı satışlar ve yüksek kar elde etmelerine yardımcı olduğunu ortaya koymuştur. Menü tasarımının, satışları artırmak için bir strateji olarak kullanılabileceği ifade edilmiştir. Menü kartlarının tasarımı içeriği kadar önemlidir. Restorana gelen müşteri üzerinde yarattığı etki dikkate alındığında önemli bir unsur olarak kabul edilmektedir. Menü tasarımında menü dizaynı, basım yöntemi, biçimi, boyutu, resim çalışmaları, basıldığı kâğıt dikkat edilmesi gereken önemli unsurlardandır.

Basım yöntemi; menüler genel olarak elle, daktilo ve bilgisayarlar aracılığıyla hazırlanmaktadır. El ile hazırlama genellikle küçük işletmelerin tercih ettiği yöntemdir. Kurumsal yiyecek ve içecek işletmeleri daktiloyu kullandığı görülmektedir. Daktilo ile

yazılan menüleri matbaa da bastırmak pahalıdır. Değişik karakterde yazı biçimlerini ve renkleri büyük baskı makineleri yapmaktadır. Günümüzde bilgisayarın menü hazırlama da kullanılması hızlı ve kısa sürede yaygınlaşmıştır. Otomasyon sistemindeki gelişmeler yeni ve çok çeşitli menülerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Birçok renk ve yazı çeşidi sunan bilgisayarlar kâğıda baskı ve çeşitli avantajlar sağlamaktadır. Bundan dolayı günümüzde bilgisayar sistemi kullanılmaktadır (Sökmen, 2023, s. 176).

Biçim; menü de bulunun yiyecek ve içeceklerin göze hitap etmesi, anlaşılabilir olması için tek veya çift sayfalardan oluşması veya karşılıklı sayfaların birbirini tamamlayacak şekilde olması gerekmektedir. Yazıların puntolarının iki veya üç çeşitten fazla olmamasına dikkat edilmeli, basıldığı kâğıt ya da kartın gramajı 120 g/m²-150 g/m² arasında tercih edilmelidir (Sökmen, 2023, s. 176). Günümüzde teknolojinin gelişmesi ile kâğıt yerine kullanılan dijital araçlarda menü kartı olarak kullanılmaktadır.

2.5.1.Menü Tasarım Çeşitleri

Menü tiplerine göre müşterilerin menü üzerinde göz hareketlerinde değişimler yaşanmaktadır. Bundan dolayı müşteriler menüleri genel olarak okumamakta ve göz gezdirme yoluyla incelemektedir. Bundan dolayı işletmelerde farklı menü tasarım çeşitleri kullanılmaktadır (Rızaoğlu ve Hançer, 2013, s.134).

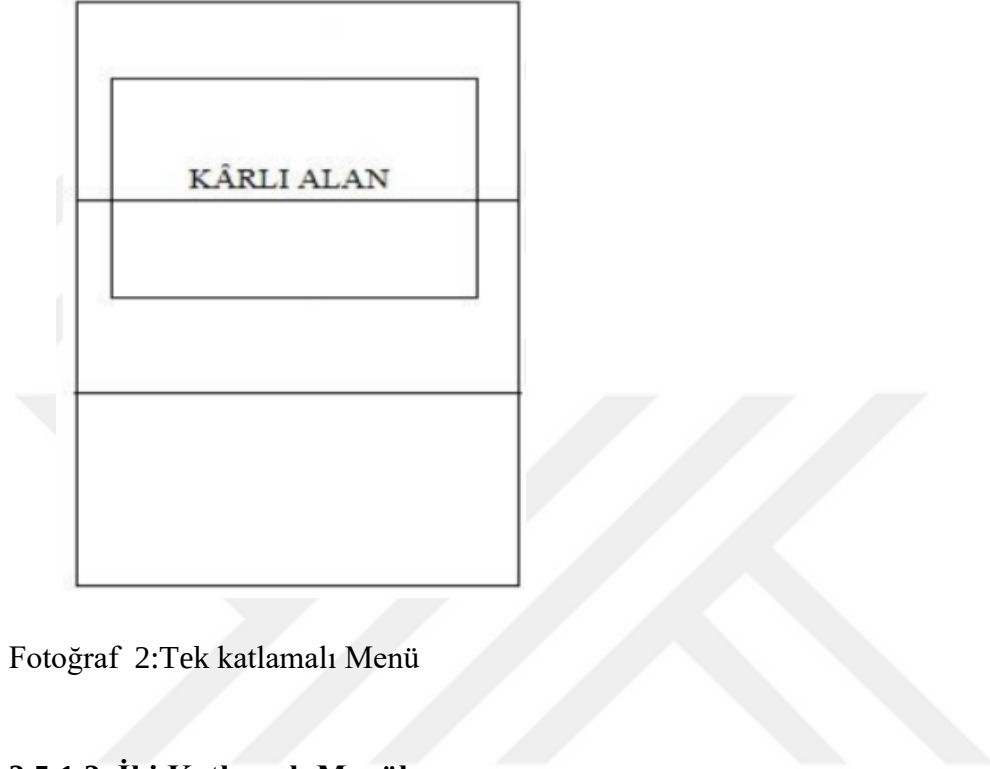
Menü tasarım çeşitleri dört ana başlık altında toplanmaktadır (Bolat, 1995).

- a) Tek sayfalı menüler
- b) İki katlamalı menüler
- c) Zarf katlamalı menüler
- d) Üç katlamalı menüler

2.5.1.1.Tek Sayfalı Menüler

Tek sayfalı olarak hazırlanan menülerin müşteriler tarafından dikkat çeken, en önemli bölüm, menünün sağ üst tarafı ve ortasının biraz üstünde kalan bölümdür (Rızaoğlu ve Hançer, 2013, s. 134). Menüyü yatay şekilde böldüğü varsayılan bir çizgi olduğunu ve bu

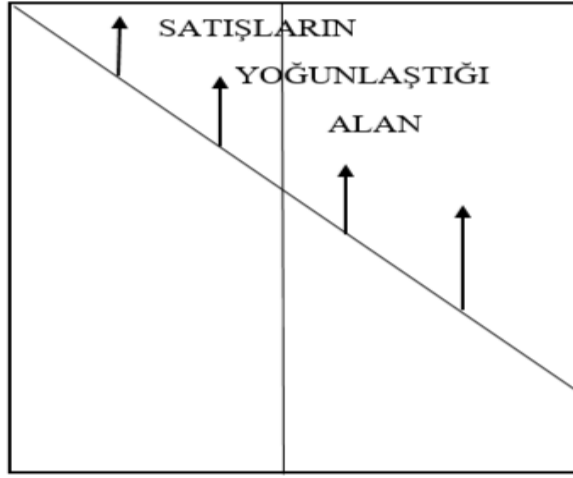
Çizginin üzerinde bulunan alan, menünün müşteriler tarafından en dikkat çeken ve karlı olan yiyeceklerin bulunduğu yerdir (Bolat,1995).



Fotoğraf 2:Tek katlamalı Menü

2.5.1.2. İki Katlamalı Menüler

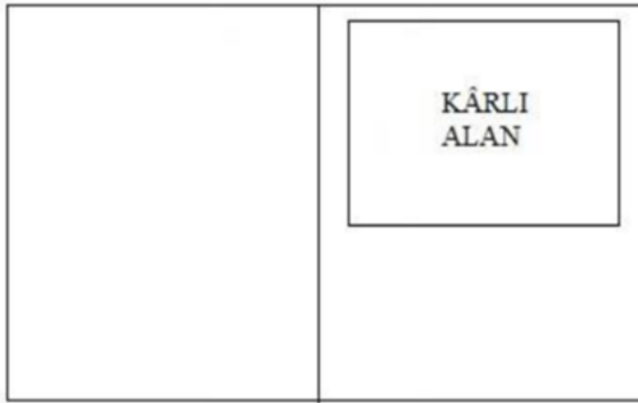
İki tarafı içe doğru iki tarafı dışarı doğru olmak üzere dört bölüm mevcuttur. Bu tür menülerde ise çizginin sol yukarı köşesinden menüye yaklaşık dörtte bir ayrılacak şekilde ve çizginin zerin en fazla satılması istenilen yiyecekler yerleştirilmelidir. şekilde iki katlamalı menü de önemli olan bölüm iki ve bu bölümün biraz altı en çok satılan ve en karlı yiyeceklerin bulunması gereken yerdir (Bolat, 1995; Rızaoğlu ve Hançer, 2013, s.134).



Fotoğraf 3: İki Katlamalı Menü

2.5.1.3. Zarf Katlamalı Menüler

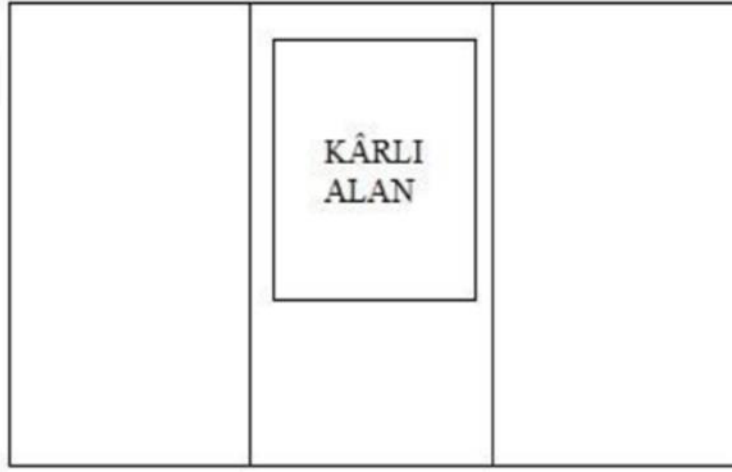
Zarf katlamalı menüler üç ana parçadan oluşmaktadır. Bu tür menülerin tasarım şekli dördü içeride, ikisi dışarıda olmak üzere toplam altı bölümden oluşmaktadır. Zarf katlamalı menüler dikey veya yatay biçimde hazırlanabilir. Menülerin bu bölümleri yiyecek içecek işletmelerinin adı, logosu, işletmeye ait bilgiler, yiyecek ve içecek listeleri de eklenebilir (Bolat, 1995; Rızaoğlu ve Hançer, 2013, s.134).



Fotoğraf 4: Zarf Katlamalı Menü

2.5.1.4. Üç Katlamalı Menüler

Sağ ile sol panelin büyüklüğü genellikle orta panelle aynıdır. Üç katlamalı bölümde göz 1 numaralı orta bölümde yoğunlaşır. Orta bölümde en karlı yiyecek ve içecekler yoğunlaşır ve göz çarpmaktadır. Üç eşit parçadan oluşmaktadır (Bolat, 1995; Rızaoğlu ve Hançer, 2013, s.134).



Fotoğraf 5: Üç Katlamalı Menü

Menüler ve tasarımları restoran işletmeleri için daha verimli ve karlı bir şekilde satış yapabilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Menü tasarımcıları, arka plan ve metin renkleri, doku, fotoğraflar, ürün ve hizmet dâhil olmak üzere çeşitli faktörlerin tüketici tepkisini etkilediğini iddia etmektedir. Bunlar fiyat konumlandırması, yazı tipleri, menü boyutu ve sayısız diğer faktörlerdir (Reynolds, Merritt ve Pinckney, 2005).

2.6. Restoranlarda Dijital Menüler

Günümüzde, yiyecek ve içecek işletmelerinin artış göstermesi, zincir işletmelerinin hızla yayılması, sunulan ürünlerin çeşitliliği ve tüketicilerin talep ve beklentilerinin değişkenliği nedeniyle yiyecek ve içecek sektöründe rekabet ivme kazanmaktadır (Bucak ve Turan, 2016).

Yiyecek ve içecek işletmelerinde sunulan ürünlerin müşterilerin seçimine elektronik bir ekran aracılığıyla sunulmasına imkân sağlayan bu uygulama, hizmet hızını

artırmayı ve ürün içeriği hakkında detaylı bilgi sunmayı amaçlamıştır (Keşkekci ve Gençler, 2023).

Son yıllarda yiyecek içecek işletmelerinde geleneksel menü kullanımından uzaklaşarak karekod menü, diğer bir adıyla sanal menüler kullanılmaya başlanılmıştır. Özellikle Covid-19 pandemi döneminde birçok restoran işletmesi, teması azaltma ve hijyenik olma gibi sebeplerden dolayı karekod menü uygulamasına geçmiştir. (Avşar ve Tandoğan, 2022).

Menüde kullanılan materyaller ve müşterilerin menüleri kullanırken deforme olması, yıllık olarak ürünlerin fiyat değişimi ve görsel olarak özelliklerini kaybetmesi, yeni ürün eklenip çıkarılamaması gibi nedenlerden dolayı karta basılı olan menüler restoranlardaki önemini kaybetmiştir. Teknolojinin gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla birlikte sağladığı kolaylıklar nedeniyle karta basılı menülerin yerini dijital menüler almaya başlamıştır (Türk ve Yılmaz, 2023).

Dijital teknolojiye dayalı akıllı uygulamalar, müşterinizin restoranınızla olan etkileşimi ve restoranınızın müşteri ile etkileşiminin her aşamasında müşteriler nasıl rehberlik ettiğini ve nasıl yanıt verdiğini izlemenize olanak verir. Akıllı restoranlarda geleneksel restoran sistemlerinin yerini mobil uygulamalar, robotlar, nesnelerin interneti, self-servis kioskuları, akıllı telefonlar, tabletler, dijital menüler, dijital masalar ve interaktif dokunmatik ekranlar gibi modern uygulamalar almaktadır (Göde, 2023).

Restoran işletmelerinde mobil cihazlardaki uygulamaları kullanarak zamandan tasarruf eder, personel hataları en az indirir, müşteri memnuniyeti ile restoran verimliliği artırır. Ayrıca bu uygulama içinde bulunan menüler, hızlı şekilde güncellenmektedir (Hazarhun ve Yılmaz, 2020).

Türkçe sözcük anlamı “hızlı yanıt kodu” olarak tanımı yapılan QR kod, “quick response code” ifadesinin kısaltmasıdır (Bayrak ve Daşpınar, 2021).

Bir dijital menü türü olan karekod menüsü, QR kod aracılığıyla erişilebilen dijital bir menüdür. Bağlantı, bir web sitesi veya PDF dosyası içeren basit bir web sayfasına yönlendirir. Her ikisi de etkileşimli UX/UI tasarımına sahip bulut tabanlı bir web uygulamalarıdır (Tan, 2021).

QR kodu genellikle, siyah veya renkli geometrik şekle sahip küçük beyaz bir kare şeklinde görünen ve QR okuma uygulaması kullanarak akıllı telefonla okunabilen bir barkod türüdür (Bashir, Naik ve Madhavaiah, 2013).

2.7. Menü Fiyatlandırma

Fiyatlandırma, işletmecilik bilimi içindeki en yapısal hususlardan biridir. Fiyatlandırma tüm işletmeler için zorunlu bir konudur. Pazara sunulan tüm mal ve hizmetler fiyatlandırılmaktadır. Bu fiyatlandırma ile alınan kararlar işletmelerin karlılığını etkileyen mühim kararlardır (Met ve Oktay, 2011).

Menü fiyatlandırma, menü planlamasında en önemli düşüncelerinden birisidir. Restoranlar da yiyecek ve içeceğin fiyatı, yiyecek içecek işletmesinin pazarı ve maliyeti ile belirlenir. Menü müşteriye tatmin ettiği kadar işletmenin beklenen kâr seviyesine ulaşmasını hedeflemelidir. Yiyecek ve içeceğin fiyatlandırılmasında işletmenin amacına uygun olması ve amaçların gerçekleştirilmesine yardım etmelidir. Yiyecek içecek işletmelerinde fiyatlandırmayla ilgili yönler finansal, sermayeye göre elde edilecek kâr, finansal, pazarlama ve yiyecek ve içecek politikalarında yer almalıdır (Rızaoğlu ve Hançer, 2013, s. 94).

2.8. Standart Reçete Kavramı

Standart reçete, bir yiyecek içecek işletmesinde standart reçetelerin menüde bulunan yiyecek ve içeceklerin nasıl hazırlanması, sunulması, hangi malzemelerin ne miktarda kullanılması gerektiğini ve bunların sonucu olarak da porsiyon maliyetinin nasıl olması gerektiğinin önceden belirlenmesidir (Sökmen, 2023, s. 181).

Aydoğdu ve Mızrak, (2017)'ye göre standart reçete, bir yemeğin içerisinde bulunan malzeme türlerini, miktarlarını, nasıl kullanacaklarını, ürünlerin öncelik sıralamasını, yiyeceğin maliyetini, porsiyondaki gramajı ve genellikle satış fiyatını detaylı bir şekilde gösteren bir tarif türüdür.

Yiyecek içecek işletmeleri için standart reçetelerin oluşturulması restorana, imal edilen ürünün (yemeklerin) kimler tarafından nasıl yapılacağını, hangi araç-gereçlerin ve ürünlerin kullanılacağını, servisin nasıl yapılacağı konusunda müşteriye bilgi verme avantajlarının yanı sıra ürünlerin her sunumda aynı görünüme, tada sahip olması ve maliyetlerinin kontrol altında tutulmasına yardımcı olmaktadır (Özdoğan, 2019, s. 257).

Standart reçeteler, menü planlaması ve maliyet analizinde büyük fayda sağlar, aynı zamanda israfı azaltır ve atık yönetimini kolaylaştırmaktadır (Tandoğan ve Şahin, 2014). Bunların yanı sıra standart reçete mutfak şefleri ve yönetim üyeleri arasında iletişimin ve disiplinin iyi olmasını sağlamaktadır (Rızaoğlu ve Hançer, 2013, s. 199).

Yöresel ve geleneksel yemeklerin standart reçetelerinin hazırlanması yöresel yemeklerin sürdürülebilirliği için büyük önem arz etmektedir. Yöresel ve geleneksel bilgilerimizi düzenli bir şekilde derleyerek ve kayıt ederek, böylece korunup nesiller arası aktarılıp ve yaşatılabilmesi için önemli yere sahiptir (Aydoğdu ve Mızrak, 2017).

Önceki paragraflarda anlatılanlar doğrultusunda standart reçeteler bilimsel yönden bakıldığında bir yemeğin, reçetesinin oluşturulup kayıt altına alınmasını ve Türkiye'nin hangi bölgesinde yapılırsa yapılsın aynı lezzet ve nitelikte olmasını sağlayacaktır. Standartlaştırılan tarifeler yemeğin orijinalliği koruyarak kuşaklara aktarılmasını kolaylaştırır ve coğrafi tescil alınması sürecinde yardımcı olur (Çekal ve Doğan, 2022).

3. BÖLÜM: TRABZON MUTFAK KÜLTÜRÜ

3.1. Trabzon Hakkında Genel Bilgiler

Trabzon, Doğu Karadeniz bölgesinde yer alan ve turizm açısından son yıllarda önemli gelişim gösteren bir destinasyondur. Bölge her ne kadar iç turizme hizmet verse de son yıllarda daha çok Arap olarak tanımlanan Orta Doğulu turistler tarafından tercih edilerek adından söz ettirmektedir.

3.1.1. Trabzon'un Tarihi

Trabzon adının kökeni ile ilgili farklı görüşler öne sürülmüştür. Kaynakların bazılarının da aynı bilgilere rastlanırken farklı görüşlerinde yer aldığı kaynaklar da mevcuttur. Tarihi kaynaklara göre Trabzon adından, Trapezos olarak ilk kez, Yunanlı komutan Kesnophon tarafından kaleme alınan, M.Ö.4 yy. geçen olayların anlatıldığı “Anabasis” adlı antik kaynakta rastlanmaktadır (Öksüz, 2005).

Orta çağ Müslüman yazarları tarafından ise şehre Trabezunde veya Atrabezuni denilmiştir. Birkaç batılı yazar ise Trabzon kelimesini Trabezonde, Trebizonda, Trebisond, Trapezunt, Trabison olarak okuyup, anlamının da “Kum renginde iki başlı gümüş Kartal yuva” ve “altın kartal ağzı” anlamına geldiğini belirtmişlerdir (<https://trabzon.ktb.gov.tr>, 2024).

Şehrin adının kökenine bakıldığında, bazı kaynaklar, Milentos'tan gelen kolonilerin, şehrin inşa edildiği bölgenin düz ve kenarları köşeli masa formundaki alan olması dolayısıyla bu bölgeye "masa" anlamına gelen Trapezus adını verdiklerini belirtmektedir. Nitekim Trabzon'a ait en eski paraların üzerinde masa şeklinin bulunması bu durumu doğrulamaktadır (Öksüz, 2005).

Trabzon'un Osmanlı Devleti'ne katılmasıyla birlikte, bölgede Türk egemenliği, Fatih Sultan Mehmet'in İstanbul'u fethetmesinin ardından başlamıştır. Cumhuriyetin ilan edilmesinden sonra bölgede, ekonomik açıdan ve turizm bakımından hızlı bir ilerleme kaydedilmiştir (Gürdal, 2014, s. 449). Trabzon'un tarihi ipek yolu üzerinde bulunması,

geçmişten bu yana önemli bir ticaret merkezi haline gelmesinde belirgin bir etkiye sahiptir. Bu ticari gelişimle birlikte Trabzon, önemli bir kültür, sanat, ticaret ve liman şehri haline gelmiştir (Aktaş, 2008, s. 373–374).

Trabzon’ Kronolojik olarak tarihsel gelişimi;

M.Ö. 5500- İlk yerleşim yeri (Turani Kavimler)

M.Ö. VII. YY.- İyon kökenli Miletoslu Koloniler kurmuştur

M.Ö. VI. YY. – Pers egemenliğine girerek Pont Kapadokyası adı verilen eyalet kuruldu.

M.Ö. 334- Makedon Krallığı (Büyük İskender) Pers hakimeyitine son verdi. Pont satrabı II. Ariantes’in oğlu Mithridates, Karadeniz’de Pontus Devletini kurmuştur.

M.Ö. 280- Yılında Amasya Pontus Devleti sınırları içinde kalmıştır.

M.Ö. 66- Roma İmparatorluğu yönetimine girmiştir

IV. YY.- Doğu Roma İmparatorluğu (Bizans)

IX. YY.- Müslüman Türk devletleri

1204- Komnenos Krallığı kurulmuştur.

1461- Osmanlı İmparatorluğu olarak sıralanmaktadır (Taş, 2012).

Osmanlı döneminden sonra ise Türkiye Cumhuriyeti kurulduktan sonra Türkiye sınırları içerisinde yer almıştır.

3.1.2. Coğrafi Konumu

Trabzon ili, Doğu Karadeniz Dağları'nın Kalkanlı dağlık kütesinin kuzey yönüne bakan eğimli yamaçlarında yer almaktadır. Coğrafi olarak 38° 30' ile 40° 30' doğu meridyenleri ile 40° 30' ile 41° 30' kuzey paralelleri arasında konumlanmış olan bu bölgenin yüzölçümü 4664 kilometrekaredir. Karadeniz'in kuzeyinde bulunan Trabzon'un sınırları, güneyde Gümüşhane ve Bayburt, doğuda Rize ve batıda Giresun illeri ile çevrilidir (<https://trabzon.ktb.gov.tr>, 2024).

Tablo 4. Trabzon'un Coğrafi ve Beşerî Özellikleri Veriler

Nüfus	824.352 (2024)
Yıllık Nüfus Artış Hızı	%7,71 (TÜİK, 2024 istatistikleri)
Net Göç Hızı	%6,85 (TÜİK, 2024 istatistikleri)
İşsizlik Oranı	%8,4 (TÜİK, 2024 Bölgesel İşgücü Göstergeleri)
Medyan Yaş	38.1 (TÜİK, 2023 ADNKS istatistikleri)
Yüzölçümü	4.684 km ²
Nüfus Yoğunluğu	177 insan/km ² (TÜİK,81 ili içinde 13.)
Komşu İller	Giresun, Gümüşhane, Bayburt, Rize
Yıllık İhracat	1.040.777.740 USD (TÜİK,2023)
Yıllık İthalat	154.244.388 USD (TÜİK,2023)
Önemli İhraç Ürünleri	Fındık ve Fındık ürünleri, Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller, Yaş Meyve ve Sebze
İhracat Yapılan Ülkeler	Rusya, İtalya, Almanya, Polonya, Gürcistan, ABD
Önemli İthal Ürünleri	Mineral yakıtlar, mineral yağlar ve damıtma sürecinden elde edilen ürünler, mineral mumlar, kazanlar, makineler, mekanik cihazlar, ayrıca nükleer reaktörler ve bunların bileşenleriyle parçaları.
İthalat Yapılan Ülkeler	Rusya, Gürcistan, Çin, Irak, Almanya, İtalya
Önemli Tarımsal Ürünler	Fındık, Çay, Su ürünleri, Süt Ürünleri
Önemli Yeraltı Kaynakları	Bakır, Kurşun, Çinko, Molibden, Manganez
Dünyaca Bilinen Turizm Destinasyonları	Sümela Manastırı, Uzungöl

Kaynak: <https://www.doka.org.tr> (Erişim Tarihi: 16.10.2024)

Sümela Manastırı ve Uzungöl Trabzon ilinin uluslararası alanda bilinen önemli turistik ürünlerinin başında gelmektedir.

3.1.3. Nüfus

Trabzon 2024 TÜİK verilerine göre 18 ilçeli toplam nüfusu 824.352 olan bir ildir. Kadın nüfus 415.312, erkek nüfus ise 409.040 kişidir. Trabzon'un yüzölçümü 4.664 km² olup km²'ye düşen insan sayısı 177 kişi ile birlikte nüfus yoğunluğu bakımından 81 il arasında 13 sırada bulunmaktadır (<https://cip.tuik.gov.tr>, 2024).

3.1.4. İşgücü

Trabzon ilinin içinde bulunduğu 2. düzey Türkiye İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırılmasında TR90 (Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane) olarak tanımlanmaktadır. Bölgede yaklaşık nüfus 2.733.265 (TUİK, 2024) kişi iken iş gücünün katılma oranı 56,5 (TUİK, 2024) seviyelerindedir. 2023 yılında işsizlik oranı bölgede %8,4 (TUİK, 2023) ve 2023 Aralık ayı sonu itibariyle SGK'ya kayıtlı işyeri 21,249 olup toplam istihdam 208,033'dür. Kayıtlı işsizlerin ise sayısı 30.090 olup bu kişilerin içerisinde kadınların oranı %53,2; 15-24 yaş arasında olan gençlerin yüzdesi ise %17,9 seviyelerindedir (<https://cip.tuik.gov.tr/>, 2024).

3.1.5. Sağlık

2023 yılında Trabzon'da 1 üniversite hastanesi, 18 devlet hastanesi, 4 özel hastane ve sağlık tesisi toplam 23 hastane bulunmaktadır. Sağlık turizmi kapsamında 6 kamu hastanesi, 1 üniversite hastanesi, 4 özel hastane ve 11 özel klinik ve merkez, 4 acente olmak üzere toplam 26 kurum ve kuruluşla sağlık turizmi kapsamında hizmet sunulmaktadır. 2023 yılında ilde sağlık turizmi kapsamında 44.493 hasta başvuru yapmıştır. Ülke olarak ilk 5 ülke sırasıyla Gürcistan, Sudi Arabistan, Rusya, Ukrayna ve Azerbaycan'dır. Branş olarak ilk 5 sırasıyla Nöroloji, Kadın Hastalıkları ve Doğum, Üroloji, Ortopedi ve Travmatoloji ve Genel cerrahi bölümüdür (Trabzon İSM Raporu, 2024).

3.1.6. Yeraltı Kaynakları

Trabzon, geniş çeşitlilikte metalik madenler ve endüstriyel hammaddeler için birçok maden yatağına sahiptir. İldeki en büyük öneme sahip metalik mineraller arasında Bakır, Kurşun, Çinko, Molibden ve Manganez cevherleşmesi bulunmaktadır. Bakır, kurşun, çinko, pirit ve molibden gibi değerli maden yatakları özellikle Maçka, Sürmene, Yomra ve Of ilçelerinde bulunmaktadır. İldeki önemli endüstriyel hammaddeler arasında çimento hammaddesi, kil ve kaolin bulunmaktadır. Taş ocakları genellikle inşaat sektöründe dolgu malzemesi veya endüstriyel hammadde sağlayıcıları olarak kullanılmaktadır ve bu alanda ilimizin büyük bir potansiyeli bulunmaktadır (<https://www.mta.gov.tr>, 2024).

3.1.7. Tarım ve Hayvancılık

Trabzon'un toplam 466.400 hektarlık alanının 108.442 hektarını %23'ü tarımsal araziler, 100.629 hektarlık %22'i, meralar ve çayırlar, 181.541 hektarı %39'u ormanlık bölgeler ve 75.588 hektarı %16'sı ise tarım dışı araziler ile kaplıdır. Trabzon, Doğu Karadeniz illeri arasında mısır, çayır otu ve hayvan pancarı üretimlerinde önde gelen bir konumdadır (<https://trabzon.tarimorman.gov.tr>, 2024).

Tarım arazilerinin yüzde 76,2'si meyve bahçesi olarak kullanılmaktadır. Toplam tarım arazisinin %60'ında fındık ve %15'inde çay tarımı gerçekleştirilmektedir. Türkiye'de fındık üretiminin %8,7'si, yaş çay üretiminin ise %18'i ilden karşılanmaktadır. Bu rakamlar üretimde önemli bir paya sahip olduğunu göstermektedir. Ceviz, kivi, sofralık zeytin, mavi yemiş, Trabzon hurması ve çilek, diğer önemli meyveler arasındadır. Elma, armut, mandalina ve portakal gibi meyveler kapama bahçe tarzında değil, fındık ve çay bahçelerinde ya da sınır çizgilerinde tek tek ağaç formunda yetiştirilir (<https://trabzon.tarimorman.gov.tr>, 2024).

Balıkçılık, Trabzon kültürünün vazgeçilmez unsurlarından biridir. Su ürünleri yetiştiriciliği, 2022 yılında bir önceki yıla göre oldukça yüksek bir %20'lik ivmeyle üretim hacmini genişletmektedir. Hamsi, şehirde sadece bir balık değil aynı zamanda bir kültür unsuru ve yerel halk için değerli bir üründür (<https://www.doka.org.tr>, 2024).

3.2. Trabzon İlinde Turizm

Turizm tüketim alışkanlıklarında son zamanlarda önemli bir değişim yaşanmaktadır. Güneş, deniz, kum üçgeni etrafında odaklanan geleneksel turizm veya diğer adıyla geleneksel turizm günümüzde turizm alanında önemli bir rol oynamaktadır. Bununla birlikte alternatif turizm olarak da adlandırılan daha bireysel bir turizm eğilimi giderek yaygınlaşmaktadır (Çavuş ve Altaş, 2010).

Türkiye'nin en önemli coğrafyalarından biri olarak kabul edilen Doğu Karadeniz Bölgesi turizm potansiyeli bakımından oldukça öne çıkmaktadır. Trabzon bu bölgede doğal güzellikleri, tarihi yapılarıyla yerli ve yabancı turistlerin geçmişten günümüze

kadar ilgisini çeken bir destinasyondur. Tarihin ilk zamanlarından bu yana gezginlerin (seyyahların) uğrak duraklarından biri olmuş olan Trabzon, turizm ile yakından ilişkilidir (Yılmaz ve Parlak, 2017).

Trabzon, zengin tarihi, birçok tarihi mekân ve kalıntıya ev sahipliği, kendine özgü kültürü, coğrafi konumu ve güçlü ticaret merkezi olma özelliği ile turizm açısından son derece canlı bir şehirdir. Bu nedenle, Trabzon'daki turizm etkinlikleri sadece keşif ve dinlenme ile sınırlı kalmayıp, ticari boyutu da önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle Sarp Kapısı'nın açılması ve hava ile deniz taşımacılığının devreye girmesi sayesinde Trabzon, birçok Bağımsız Devletler Topluluğu vatandaşı için bir cazibe merkezi haline gelmiştir (<https://www.ttso.org.tr>, 2024).

1980'li yıllarda, küresel ölçekte doğaya dayalı turizmin yaygınlaşmasıyla birlikte bölgesel iç turizm de canlanmaya başlamıştır. Bölgedeki en önemli ilerleme, 1982 yılında Ankara'da seyahat acentesi açan Haşımoğlu ailesiyle gerçekleşmiştir. İstanbul'daki acentelerin, 2000'li yıllardan sonra da Karadeniz turları düzenlemesiyle bölge, önemli bir turizm destinasyonu olma konusunda gelişim göstermiştir (Çokişler ve Türker, 2015).

Türkiye'de deniz kum güneş ile turizmde gelişim, 1980'li yıllardan sonra hızla artmış olmasına karşın, dünya genelinde turizm eğilimleri incelendiğinde, geleneksel turizminden ziyade alternatif turizm türlerine doğru bir kayma gözlemlenmektedir. Bu gelişimin doğruluğunu yapılan çalışmalar da teyit etmektedir. Bu bağlamda Doğu Karadeniz Bölgesi, özellikle Trabzon ili başta olmak üzere dünyadaki turizm trendleriyle uyumlu şekilde alternatif turizm olanaklarıyla dolu bir bölgedir. Doğal güzellikleri, yaylaları, akarsuları ve kültürel tarihi değerleriyle öne çıkan bu yer, gerçekten kendini kanıtlamıştır (Uygun, 2014).

3.2.1. Trabzon İlinde Alternatif Turizm Çeşitleri

Farklı etnik kökenlere sahip insan gruplarının bulunduğu bölgede ve zorlu arazi koşullarının mevcut olması, uzun yıllardır insanların birbirleriyle ilişki kurmakta zorlanmalarına neden olmuştur. Anadolu'nun herhangi bir yerinde görülmeyen bir yaşam tarzının oluşmasına etki eden faktörler arasında, engebeli yapı, karşılaşılan aşırı nemli iklim koşulları, çeşitlilik gösteren etnik kökenler ve zorlu yaşam şartları yer almaktadır.

Tarihin doğayla iç içe olduğu Doğu Karadeniz Bölgesi, önemli bir turizm potansiyeline sahiptir. Bölgenin zengin turizm potansiyeline coğrafi faktörlerin önemli bir etkisi vardır. 4.000 metreye kadar uzanan dağlarda trekking, dağcılık, avcılık ve yaban hayatı gözlemi gibi farklı turizm türlerine imkân tanımanın yanı sıra yüksek dağların zirvelerindeki buzullarla oluşan uygun pistler, kayak turizmi için cazip bir alan oluştururken, vadilere yapılan göç faaliyetleri yayla turizmini canlandırmaktadır. Buzulların erimesiyle coşan nehirlerde yapılan rafting gibi su sporları ise spor turizminin önemli bir parçası olurken, tüm bunlar yapılırken sergilenen çaba ve kullanılan ekipmanlar kültür turizmi için büyük bir potansiyel yaratmaktadır (Çokişler ve Türker, 2015).

Doğu Karadeniz dağları kış turizmine elverişli olmalarına rağmen, kış turizmine olan ilginin, alt yapı yatırımlarına yapılacak masrafin karşılığını vereceği konusunda belirsizlik bulunmaktadır. Türkiye'deki kış turizm potansiyeli genellikle gençlerden oluşmaktadır. Bölgenin diğer yerlerden uzak olması, kışın erişimin zorluğu ve genç nesiller için yeni kış merkezlerinin yüksek harcamaları, talebi olumsuz yönde etkilemektedir. Bölge kıyı turizmi ile batı kıyı turizmi arasındaki rekabet oldukça zordur. Bu sebeple, bölge turizmi yerel tatlarla zenginleşirken, yerli ve yabancı turistlere daha geniş bir yelpazede yeni cazibe merkezleri sunulmalıdır. Sonuç olarak bölgenin nemli iklimi ve diğer bölgelere uzak olması, turizmin gelişimini engellemektedir (Bekdemir ve Özdemir, 2011, s. 9; Grötzbach, 1984).

3.2.1.1. Yayla Turizmi

Trabzon şehrinin zengin tarihsel mirasıyla birlikte önemli potansiyele sahip olan Kültür Turizmi, artık turizme yeni etkinlikler katmak amacıyla "4 mevsim 12 ay turizm" konseptiyle geliştirilmeye başlanmıştır. Kentin %30'u dağlık alan olduğundan, yöreye uygun olan "Yayla Turizmi" türü de giderek daha fazla önem kazanmaya başlamıştır. Turizm Bakanlığı tarafından Trabzon ilinde altı adet yayla, Bakanlar Kurulu kararıyla Turizm Merkezi olarak belirlenmiştir. Bu yaylalar, turizm merkezi ilan edilmesinin ardından kamu kurum ve kuruluşları tarafından çeşitli alt ve üst yapı çalışmalarıyla desteklenmeye başlanmıştır. Öncelikle ulaşım altyapısına odaklanarak yolların standart

hale getirilmesi sağlanmış; ayrıca elektrik, su, telekomünikasyon, tuvalet ve çeşme gibi ihtiyaçlara yönelik yatırımlara da önem verilmiştir (<https://trabzon.ktb.gov.tr>).

Yılın belli zamanlarında yaylalara çıkılarak; buralarda bir takım sosyal, kültürel ve ekonomik faaliyetlerin yapılması Doğu Karadeniz Bölgesinde bir gelenek haline gelmiştir. Bu geleneksellik yayla kültürünün oluşmasının ve yayla turizminin temellerini oluşturmaktadır. Sosyal, ekonomik ve teknolojik şartlara bağlı olarak yaylalarda bazı yapısal ve işlevsel değişikliklerin meydana geldiği yaylalarda bölge insanları ve ziyaretçiler hala bu yaylaları kullanmaktadır (Şişman, 2006). Trabzon ili sınırları içerisinde de bu yaylaların sayısı oldukça fazladır (Ünlü ve Erbaş, 2021).

Trabzon yaylaları yaz aylarının sıcak ve nemli havasına tezat bir şekilde çeşitli flora ve fauna türleri, zengin ormanları, krater gölleri ve coşkun dereleri gibi doğal güzellikleriyle dikkat çeken önemli bir potansiyele sahiptir. Ayrıca yörede dağ ve doğa yürüyüşleri, rafting, kano ve kış sporları gibi aktivitelerin yanı sıra avcılık, olta balıkçılığı, çim kayağı ve şifalı suları gibi imkanlar turistler için cazip olmaktadır. Bu değerlerin yanı sıra Trabzon yaylaları, yöresel yemekleri ve halkın kültürel yaşantısıyla da ziyaretçileri cezbetmektedir (<https://trabzon.ktb.gov.tr>).

Tablo 5. Yaylalara Olan Mesafeler ve Rakım

Yayla	Yeri	Km.	Konaklama	WC	Su	Elektrik	Tel.	Rakım
Şolma	Maçka	48	Kamp yeri	Var	Var	Var	Var	1800
Erikbeli	Tonya	92	Kamp yeri	Var	Var	Var	Var	1800
Karadağ	Tonya	61	Evet	Var	Var	Var	Var	1800
Uzungöl	Çaykara	99	Var	Var	Var	Var	Var	1090
Pazarcık	Araklı	66	Var	Var	Var	Var	Var	930
Yeşilyurt	Araklı	66	Var	Var	Var	Var	Var	2035
Yılantaş	Araklı	64	Yok	Var	Var	Var	Var	2020
Hıdırnebi	Akçaabat	35	Var	Var	Var	Var	Var	1600
Kuruçam	Akçaabat	46	Var	Var	Var	Var	Var	1600
Sazalan	Tonya	97	Orm.Kır Kahvesi	Var	Var	Var	Var	1700
Sisdağı	Şalpazarı	80	Var	Var	Var	Var	Var	1850
Haçka Obası	Düzköy	55	Var	Var	Var	Var	Var	1784
Lişer	Maçka	54	Var	Var	Var	Var	Var	1850
Sultan Murat	Çaykara	120	Var	Var	Var	Var	Var	2100

Kaynak: (<https://trabzon.ktb.gov.tr>, 2024).

Eski Türkçe’ de yaz mevsimini ifade eden "yay" kökünden türeyen "yaylak" günümüzde "yayla" terimiyle anılmaktadır. Yayla, genel olarak dağlık ve yüksek alanlarda kışın yaşam koşullarının zorlayıcı olduğu, bu nedenle terk edilen, yaz aylarında ise serin ve rahat bir hava sunan, hayvan otlatma ve dinlenme yerleri olarak tanımlanır. Yaylalar, sadece dönemsel yerleşim alanları olmanın ötesinde; hayvancılık ve tarım gibi ekonomik faaliyetlerin yanı sıra dinlenme, eğlence, doğal güzelliklerin keşfi, gözlem yapma, sağlık ve eğitim gibi amaçlarla da kullanılmaktadır (Sekban, Bekar ve Acar, 2016).

Son yıllarda artan ilgiyle birlikte görülmeye ve yaşanmaya değer Trabzon yaylaları her yıl gelen binlerce insanın konaklama ihtiyacını karşılamak amacıyla, öncü bir adım olarak Trabzon Valiliği ve özel sektör iş birliğiyle Akçaabat Hıdırnebi yaylasında ahşap yayla kenti oluşturulmuştur. Bu sayede, ziyaretçilere konforlu ve unutulmaz bir deneyim sunulmaktadır. Bu yayla, doğayı koruyan evlerle uyumlu bir şekilde inşa edilmiştir ve kente asfalt bir yol ile ulaşım sağlanmaktadır. Deniz seviyesinden 1650 metre yükseklikte bulunan bu yayla, yazın ve kışın her mevsim ziyaretçilere açıktır. Çaykara ilçesinde, yayla turizmi alanında yer alan Uzungöl beldesi, bungalov tipi konaklama tesisleri ve meşhur alabalığı ile hem yerli hem de yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir. Trabzon'a 99 kilometre ve Çaykara ilçesine 19 kilometre uzaklıkta yer alan Uzungöl, deniz seviyesinden 1150 metre yükseklikte eşsiz orman örtüsü ve sarp yamaçlarıyla ziyaretçilerine büyüleyici manzaralarını sunmaktadır (<https://trabzon.ktb.gov.tr>).

Uzungöl, Trabzon iline ait olan Çaykara ilçesinde bulunmaktadır. Nahiye sınırları içinde yer alan ufak bir gölet bulunmaktadır. Soğanlı dağlarının arasında bulunan Haldizen vadisinde yer almaktadır. Turizm ve su ürünleri hem ekonomi hem de doğa için önemlidir.

Uzungöl beldesinin göl ile iç içe bütünleşen ve yerel mimarisinin etrafındaki doğal zenginliklerin 1989 yılında korunması amacıyla sınırları çizilmiştir. Göl’ün çevresinde yer alan 1625 hektarlık Ormanlık alan gölün etrafında bulunmaktadır. Bitki örtüsü, heyelan özelliği, yaban hayatı ve manzara gibi unsurların bulunduğu doğal güzelliğinden dolayı, Orman Bakanlığı tarafından ‘Tabiat parkı’ olarak ilan edilmiştir (Verep, Şahin, Çiloğlu ve İmamoğlu, 2010).

Trabzon, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde turistlerin yoğun ilgisini çeken bir şehir olarak önemli bir konumda yer almaktadır. Şehirde bulunan Sümela Manastırı ve Uzungöl, turistlerin en çok tercih ettiği destinasyonlar arasında öne çıkmaktadır. Trabzon'u ziyaret eden Arap turistlerin büyük çoğunluğunu Suudi Arabistan vatandaşları oluşturmaktadır; bununla birlikte Katar, Bahreyn ve Kuveyt gibi birçok ülkeden de turist akışı gözlemlenmektedir. Gelen turistlerin gelir seviyeleri yüksek olmamakla birlikte, konakladıkları gün sayısına bağlı olarak harcama oranlarında bir değişiklik gözlemlenmektedir (Bogenç, 2018).

Uzungöl'de ziyaretçiler için birçok aktiviteler vardır. Trekking, bisiklet sürme, gölde etrafında gezinti vb. gibi birçok tarihi yerlere turlar bulunmaktadır.

3.2.1.2. Kültür Turizmi

Eski sanat eserlerinin, tarihi yapıların, müzelerin ve antik medeniyetlere ait kalıntıların incelenmesi amacıyla yapılan araştırma, keşif ve seyahatler, bireylerin bilgi ve deneyimlerini zenginleştirmekte ve kültür turizmi kapsamında değerlendirilmektedir. Kültür turizmi, her yaştan insanın ilgisini çeken bir alternatif turizm biçimidir; ancak özellikle ellili yaşlarındaki bireyler, gençlere oranla bu tür faaliyetleri daha fazla tercih etmektedir. Bu turizm türü, daha az sayıda turist, daha yüksek harcamalar yaptığı bir yapıya sahiptir. Kültür turizminin geliştirilmesi, turizm gelirlerinin artmasında önemli bir rol oynayacaktır (Öztaş ve Karabulut, 2007)

Trabzon şehri, farklı topluluklara ev sahipliği yaptığı için bir kültür şehri olarak nitelendirilebilir. İl sınırları içerisinde toplamda 25 sit alanı ve 983 tescilli taşınmaz kültür varlığının bulunması bu değerlendirmeyi desteklemektedir. Şehirdeki önemli eserler arasında Sümela Manastırı, Ayasofya Müzesi, Gülbahar Hatun Camii ve Türbesi, İskenderpaşa Camii, Bedesten, Taşhan, Kaymaklı Manastırı, Kuştul Manastırı, Trabzon Kalesi, Cephanelik, Atatürk Köşkü ve Ortahisar Evleri yer almaktadır (Uygun, 2014).

3.2.1.3. Sağlık Turizmi

Trabzon, çevresindeki diğer illere göre kaplıca tesislerine ev sahipliği yapmayan bir kent olmasına rağmen, maden suyu ve şifalı suları ile sağlık turizminde kendine özel bir yer edinmiştir. Birçok insanın iyileşmeye yardımcı olduğuna inandığı şifalı sulardan bazıları şunlardır: Bengisu (Kisarna) köyündeki maden suyu, Çaykara ilçesindeki Hadipazarı maden suyu, Araklı ilçesindeki Bereketli Köyü'ndeki acı su, Akçaabat ilçesindeki acı su, Maçka ilçesindeki Akarsu Köyü'ndeki acı su, Şalpazarı Doğancı Köyü'ndeki acı su ve Vakfıkebir Rıdvanlı Köyü'ndeki acı su bu bölgenin önemli kaynakları arasında yer almaktadır (Uygun, 2014).

2023 yılında Trabzon'da 1 üniversite hastanesi, 18 devlet hastanesi, 4 özel hastane ve sağlık tesisi toplam 23 hastane bulunmaktadır. Sağlık turizmi kapsamında 6 kamu hastanesi, 1 üniversite hastanesi, 4 özel hastane ve 11 özel klinik ve merkez, 4 acente olmak üzere toplam 26 kurum ve kuruluşla sağlık turizmi kapsamında hizmet sunulmaktadır. 2023 yılında ilde sağlık turizmi kapsamında 44.493 hasta başvuru yapmıştır. Ülke olarak ilk 5 ülke sırasıyla Gürcistan, Suri Arabistan, Rusya, Ukrayna ve Azerbaycan'dır. Branş olarak ilk 5 sırasıyla Nöroloji, Kadın Hastalıkları ve Doğum, Üroloji, Ortopedi ve Travmatoloji ve Genel cerrahi bölümüdür (Trabzon İSM Raporu, 2024).

3.2.1.4. Kuş Gözlemleme Turizmi

Trabzon ilinde kuş gözlemciliği için en uygun yerler yüksek dağlar, ormanlık alanlar ve göllerin bulunduğu bölgelerdir. Uzungöl, Sera Gölü ve Altındere Milli Parkı, kuş gözlemi turizmi için özellikle uygun olan yerler arasındadır (Uygun, 2014).

3.2.1.5. Mağara Turizmi

Doğal süreçlerin bir sonucu olarak meydana gelen yeraltı boşluklarına "mağara" adı verilir. Turizm çeşitliliği hedefi doğrultusunda, Türkiye genelinde turizmin diğer bölgelere ve yıl boyunca yayılmasını teşvik etmeyi amaçlayan bir turizm alanı olarak yükselen turizm türüdür. Ülkemizde turistik olarak ziyaret edilebilecek yaklaşık 1000

mağara olduğu, Kültür ve Turizm Bakanlığı envanterlerine göre belirlenmiştir (Öztaş ve Karabulut, 2007). Görülmeye değer iki güzel mağara mevcuttur. Bu mağaralar, Düzköy ilçesinde bulunan Çalköy Mağarası ile Maçka ilçesindeki Akarsu Köyü Mağarasıdır (Zaman, Şahin ve Birinci, 2011).

3.2.1.6. Sportif Olta Balıkçılığı

Sanayileşme süreci ile birlikte insanların doğaya özlem duymaları artmıştır ve bu duyguyu tatmin edebilecek çeşitli rekreasyon faaliyetlerine olan ihtiyacı artık kaçınılmaz hale gelmiştir. Turizm alanında sportif balık tutmanın önemli bir konuma sahip olduğu genel kabul görmektedir (Öztaş ve Karabulut, 2007). Trabzon'un sahil kesimi, olta balıkçılığı için mükemmel koşullar sunmasıyla dikkat çekmektedir. Burada hem kıydan hem de kayıkla sportif amaçlı olta balıkçılığı yapılmaktadır. Türkiye'de ilk defa, Orman ve Su İşleri Bakanlığı Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, amatör olta balıkçılığını teşvik etmek amacıyla Uzungöl Tabiat Parkı'nda "Uzungöl Doğal Alabalık Sportif Olta Balıkçılığı Yarışması" düzenlemiştir (<https://trabzon.tarimorman.gov.tr>).

3.2.1.7. Kongre Turizmi

Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de turizmin mevsimsel etkilerini azaltmak için tercih edilen en önemli alternatif turizm türü kongre turizmidir. Tespit edilen verilere göre, 2012 yılında Türkiye'nin 52 ilinde kongre turizmi faaliyetleri gerçekleştirilmiştir. Trabzon, bölgesinde 10 kongre ile en çok kongre düzenlenen il olmuştur (Uygun, 2014).

3.2.1.8. İnanç Turizm

Panagia Sumela (Sümela Meryemi), daha yaygın olarak "Meryem Ana" olarak bilinen manastırın tam adıdır. Bu Rum Ortodoks manastırı ve kilise kompleksi, UNESCO tarafından "Dünya Kültür Mirası Geçici Listesi"ne dâhil edilmiştir ve deniz seviyesinden 1150 metre yükseklikte konumlanmaktadır (<https://muze.gov.tr>).

Rivayete göre, Bizans İmparatoru I. Theodosius döneminde (M. S. 375-395) Atina'dan gelen Barnabas ve Sophranios isimli iki rahip tarafından kurulan manastır, 6. yüzyılda İmparator Justinianus'un talimatıyla, Generallerinden Belisarios tarafından restore edilerek genişletilmiştir. Sümela Manastırı'nın günümüzde hâlâ ayakta olduğu ve 13. yüzyıldan bu yana varlığını sürdürdüğü bilinmektedir. Trabzon Komnenosları Prensiği ise 1204 yılında kurulmuş olup, bu dönem III. Alexios'un hükümdarlığına tekabül etmektedir. Alexios'un (1349-1390) döneminde manastırın önemi artmış ve çeşitli fermanlar aracılığıyla gelir elde edilmiştir. Sümela Manastırı'nın ana kaya kilisesi, birkaç şapel, mutfak, öğrenci odaları, misafirhane, kütüphane ve kutsal ayazma gibi başlıca bölümleri bulunmaktadır. Giriş kapısının yanında gözcü odaları bulunmaktadır. İç avluya, aşağıya doğru bir merdivenle inilmektedir. Mağaranın önünde, manastırın merkezini oluşturan ve kiliseye dönüştürülen çeşitli manastır binaları yer almaktadır. Sağ tarafta bir kütüphane bulunmaktadır. Sağ yamacın ön yüzeyini kaplayan geniş balkonlu bölüm, keşiş odaları ve misafir odaları olarak hizmet vermiş ve tarihi 1860 yılına uzanmaktadır. Avlunun çevresindeki binalarda oda dolaplarından hücrelere, ocaklardan Türk sanatının izleri de fark edilebilir (<https://www.kulturportali.gov.tr>).

Sümela Manastırı'nda Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından özel izinle belirli günlerde ayin düzenlenebilmektedir. Bu ayin zamanlarında bölge turizminde canlılık oluşmaktadır. Türkiye'nin önde gelen inanç merkezlerinden biri olan Sümela Manastırı'nda, Ortodokslar arasında "Meryem Ana'nın göğe yükseliş günü" olarak kutlanan ayin, Fener Rum Patriği Bartholomeos'un liderliğinde gerçekleştirilmektedir. Din adamlarınca dualar edilip ilahiler okunan ayine çok sayıda Ortodoks katılmaktadır (<https://www.aa.com.tr>).

3.3. Trabzon İlinde Turizm Verileri

Trabzon ilinin 2022- 2023 turizm verileri ile ilgili genel bilgiler verilmiştir.

Tablo 6. Yıllara Göre Trabzona Yerli ve Yabancı Gelen Turist Sayısı

Yıl	Yerli Turist Sayısı	Yabancı Turist Sayısı	Toplam
2022	466.644	489.454	956.098
2023	612.767	706.532	1.319.299
2024	596.160	700.480	1.296. 640

Kaynak: (www.turizmnews.com, 2024; www.trabzon.gov.tr; basin.ktb.gov.tr; www.turizmajansi.com, 2024).

Trabzon 2023 yılında, 1 milyon 319 bin 299 turistin konakladığı bir destinasyon haline geldi. Bu rakam, bir önceki yıla göre %38 oranında bir artışı temsil ediyor. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verilerine göre, geçen yıl kente 706 bin 532 yabancı ve 612 bin 767 yerli turist ziyaret etti. 2022 yılıyla karşılaştırıldığında, Trabzon'da konaklayan yerli turist sayısı 489 bin 454, yabancı turist sayısı ise 466 bin 644 olarak kaydedildi. Bu da yabancı turistlerde %51, yerli turistlerde ise %25'lik bir artış anlamına geliyor (basin.ktb.gov.tr, 2024).

Trabzon'da her yıl artan yabancı turist sayısı 2024 yılında azalma göstermiştir. Özellikle Körfez ülkelerinden Türkiye'ye gelen turistler açısından önemli bir destinasyon haline gelen Trabzon, bu yıl beklenen artış rakamlarına ulaşamamıştır.

2024 yılı Trabzon İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, kentin 11 aylık turizm verilerini açıkladı. Kente yılın ilk 11 ayında 700 bin 480'i yabancı 1 milyon 296 bin 640 turist gelirken, yabancı turistlerin 344 bin 999'unu ise Suudi Arabistanlı turistler oluşturdu (www.turizmnews.com, 2024).

En çok ziyaretçi gönderen ülkeler; Suudi Arabistan; 286 bin 465 kişi ile ilk sırada yer alırken, ikinci sırada 60 bin 375 ziyaretçiyle Umman, üçüncü sırada ise 42 bin 548 kişiyle Birleşik Arap Emirlikleri bulunuyor. Kuveyt 42 bin 425 ziyaretçi ile dördüncü, Ürdün de 36 bin 637 ziyaretçi ile beşinci sırada yer almaktadır (basin.ktb.gov.tr,2024).

Sümela Manastırı; 451 bin 453 turist ziyaret etmiştir. Geçen yıl, bu tarihi yeri ziyaret eden turistlerin sayısı, bir önceki yıla göre %33 oranında bir artış gösterdi. Ayrıca, kentin konaklama tesisleri geçtiğimiz yıl %7 artarak 244'e ulaştı. Bunun yanı sıra, yatak kapasitesi de %4 oranında yükselerek 17. 642'ye çıktı. Dış hat uçak seferlerinde de %21'lik bir artış yaşandı; 2022 yılında Trabzon'a 66 farklı ülkeden 3 bin 856 uçuş gerçekleştirildi (basin.ktb.gov.tr,2024).

Trabzon Havalimanı'nın dış hatlar terminaline gelen ziyaretçi sayısı ise %20 artarak 460 bin 622'ye ulaştı; önceki yıl bu rakam 385 bin 443'tü. Kentte toplam 296 seyahat acentesi bulunmaktadır ve 12 belgeli restoran, 3 bin 996 kişilik kapasiteyle hizmet vermektedir (<https://basin.ktb.gov.tr>).

Trabzon, Ayasofya Camii, Uzungöl, Sümela Manastırı, Kızlar Manastırı ve Sera Gölü gibi turizm merkezleriyle dikkat çeken bir şehir olarak, 2023 yılında en çok ziyaret eden ilk 15 ülkenin konaklama verilerini incelediğimizde, yalnızca 5 ülkeden gelen turist sayısında bir artış olduğu gözlemlenmiştir.

Bu bağlamda, 2023'te Trabzon'u 269 bin 216 Suudi Arabistanlı turist ziyaret ederken, 2024 yılındaki rakam 322 bin 34'e çıkarak yüzde 19,62'lik bir artış yaşandı. İkinci sırada bulunan Umman ise turist sayısında azalma kaydetti; bu yıl Trabzon'u ziyaret eden Ummanlı turist sayısı yüzde -18,35 oranında düşerek 47 bin 682'ye indi. Turizm verileri açısından üçüncü sırayı 33 bin 223 kişi ile İran aldı. Ülkeler sıralamasında Irak 30 bin 595 ziyaretçi ile dördüncü, Kuveyt 30 bin 516 ziyaretçi ile beşinci, Ürdün 29 bin 996 ziyaretçi ile altıncı ve Birleşik Arap Emirlikleri 25 bin 91 ziyaretçi ile yedinci sırada yer aldı. İlk 15 ülke arasında, Suudi Arabistan, İran, Irak, Azerbaycan ve Almanya'dan gelen turist sayısında artış görülürken, Umman, Kuveyt, Ürdün, Birleşik Arap Emirlikleri, Gürcistan, Bahreyn, İsrail, Rusya, Katar ve Mısır'dan gelen ziyaretçi sayısında ise düşüş yaşandı. Bu düşüş en çok İsrail'den kaydedilirken, en belirgin artış Azerbaycan'dan gelmektedir (www.turizmajansi.com, 2024).

2024 yılının ilk dokuz ayında, bakanlık tarafından verilen turizm işletme belgeli tesislerde kaydedilen artış dikkat çekici bir seviyeye ulaşmıştır. 2023 itibarıyla Trabzon'da 108 olan işletme sayısı, %41,67'lik bir artışla 153'e yükselmiştir. Bu dönemde kentteki toplam oda sayısı 5. 258'den 6. 151'e, yatak sayısı ise 10. 940'tan 12. 831'e çıkmıştır. Trabzon'da 7 adet beş yıldızlı, 23 adet dört yıldızlı ve 53 adet üç yıldızlı otel bulunmaktadır. Ayrıca, basit konaklama belgesi taşıyan tesislerde 138 işletme, 3. 392 oda ve 6. 784 yatak kapasitesi mevcuttur. 7464 sayılı kanuna göre turizm amaçlı konutlar ise toplamda 812 konut, 4. 552 oda ve 8. 781 yatak barındırmaktadır. Genel itibarıyla Trabzon'un konaklama tesisleri, toplamda 291 işletme, 812 turizm amaçlı konut, 14. 095 oda ve 28. 396 yatak kapasitesine sahiptir. Yatak kapasitesi açısından en yüksek sırada yer alan ilçe Ortahisar iken, en düşük kapasite Dernekpazarı'nda gözlemlenmektedir.

Ayrıca, dünya çapında ünlü bir turizm merkezi olan Uzungöl, 3.068 yatak kapasitesiyle dördüncü sırayı almaktadır (www. tourismtoday.net, 2024).

Kruvaziyer turizminde önemli artış yaşanmıştır. Kruvaziyer turizminde 2024 yılının ilk dokuz ayında kayda değer bir artış gözlemlendi. 2023 yılında Trabzon'a 12 kruvaziyer gemisi uğrarken, bu yıl bu sayı 18 sefere ulaştı. Yabancı turist sayısında ise yüzde 153,93'lük bir artış gerçekleşti. Geçen yıl 8 bin 517 turisti ağırlayan Trabzon, bu yıl 21 bin 517 ziyaretçiye ev sahipliği yaptı (www.tourismtoday.net, 2024).

Turistlerin Trabzon'da geçirdikleri ortalama sürenin 8,5 gün olduğu belirlendi. Trabzon İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Ağustos ve Eylül aylarında Trabzon Havalimanı Dış Hatlar Terminali'nden çıkan 581 Körfez ülkesine ait vatandaşa yüz yüze anket çalışması gerçekleştirdi. Sonuçlara göre, Trabzon'u ziyaret eden turistlerin yüzde 58,2'si otellerde, yüzde 30'u ise apartlarda konakladığı; ankete katılanların yüzde 6'sının turizm amaçlı konutlarda, yüzde 4,4'ünün ise ziyaretleri sırasında kendi evlerinde kaldığı tespit edildi. Bununla birlikte, katılımcıların yüzde 42,8'inin sosyal medya aracılığıyla Trabzon'u keşfettiği belirlendi. Ziyaretçilerin büyük bir kısmı, kente gelme amaçlarının gezmek, eğlenmek ve dinlenmek olduğunu ifade etti. Ayrıca, bu turistlerin kalış sürelerinin yarısının Uzungöl ve kırsal alanlardaki tesislerde geçtiği saptandı (www.turizmnews.com; www. tourismtoday.net, 2024).

3.4. Trabzon İlinin Yöresel Yemekleri

Dünyada sosyo-kültürel ve ekonomik açıdan çeşitlilik gösteren pek çok topluluk, farklı coğrafi ve iklim özelliklerine sahip yerlerde yaşamaktadır. Bu farklılıklar sonucunda, her toplumun kendine özgü beslenme alışkanlıkları ortaya çıkmıştır. Bu nedenle, her toplumun sosyal yapısı, tarihsel kimliği, alışkanlıkları, gelenek ve görenekleri ile kültürü doğrultusunda kendine has bir mutfacı bulunmaktadır (Sürücüoğlu, 2001, s. 141).

Toplumlar, yaşadıkları yerleşim bölgelerinde doğadan gelen imkânları en iyi şekilde değerlendirerek hayatlarını sürdürebilmek için yemekler hazırlamışlardır. Tarihi süreç boyunca ortaya çıkan savaş, göç ve ticaret gibi çeşitli faktörler nedeniyle kültürler arası etkileşimler oluşmuş, toplumlar ise bu etkileşimin sonucunda yemeklerini

geliştirmişlerdir. Yemek kültürlerinin ve yöresel mutfakların gelişiminde önemli bir rol oynayan unsurlardan birisi bu durumdur. Son zamanlarda, yöresel mutfaklar, kültürün bir yansıması olarak turistler arasında oldukça popüler hale gelmektedir (Şen, 2020).

Bir bölgede üretilen ve o yöreye özgü yiyecek ve içeceklerin kullanılmasıyla yapılan ya da yemeği oluşturan ürünlerin bir kısmının veya tamamının değişik bölgelerden elde edilmesi sonucunda, yöreye özgü üretim süreçleri kullanılarak hazırlanan yemeklere yöresel yemek denilebilir. Bu yemekler genellikle yerel bir kimliğe sahiptir (Kim, Eves ve Scarles, 2013).

Bölgeye özgü lezzetler, insanların yaşam tarzını yansıtan ve yerel ürünleri kültürleriyle birleştirerek geleneksel hale getirdikleri yemeklerdir. Maddi ve manevi kültürün en kıymetli unsurlarından biridir. Yöresel yemekler, geleneksel olarak genellikle düğünler, bayramlar ve özel günlerde tercih edilmekte olup, her bir yemeğin kendi özgün hikâyesi bulunmaktadır (Başat, Sandıkçı ve Çelik, 2017).

Trabzon mutfağının Türkiye'nin diğer mutfağından ayrılmasına neden olan unsurlar arasında iklim özellikleri, coğrafi konumu ve deniz ile olan yakınlığı sayılabilir. Doğu Karadeniz'in zorlu iklimi, topografyası ve toprak özellikleri, bölgeye özgü özelliklerle birleşerek mutfak kültürünü oluşturmaktadır (Şengül ve Türkay, 2015). Buradan hareketle il genelinde şehir merkezinde deniz mahsulleri tüketilirken, yaylalarda veya iç kesimlerde sebze ve tahıl ağırlıklı olarak tüketildiği görülmektedir. Böylelikle il içerisinde de farklı mutfak kültürleri oluşmuştur.

Trabzon mutfağı genellikle topraktan elde edilen ürünlere dayanarak oluşturulmuştur. Trabzon Mutfağı, en fazla ot, çeşitli tahıllar, baklagiller ve sebzelerin tüketildiği bir mutfaktır (Dost, 2018). Bu durum, coğrafi ve iklim koşullarının etkisiyle günümüzde şekillenmiş ve mutfak kültürünün özgünlüğünü korumasına katkıda bulunmuştur (Cesur ve Avcıkurt, 2018).

3.5. Trabzon'da Bulunan Restoranlarda Sunulan Yöresel Yemekler

Trabzon hem hayvansal hem de tarımsal faaliyetleriyle kendine dikkat çekmektedir. Bu durum, Trabzon mutfağına da etkilemiştir. Trabzon mutfağında yaygın

olarak kullanılan ana malzemeler arasında tarım ürünleri olan karalahana, mısır, fasulye, çay, fındık ile hayvansal ürünler arasında yer alan et, süt ve süt ürünleri, balık, deniz mahsulleri gibi ürünler bulunmaktadır. Bu malzemeler genellikle Trabzon mutfağındaki yemeklerin temelini oluşturur. Bu malzemelerle yapılan yemekler arasında karalahana çorbası, sarma, mısır çorbası, mısır ekmeği, kuymak, fasulye turşusu, fasulye kavurması, fındıklı baklava, hamsi, hamsili ekmek, hamsi tava ve kuru fasulye gibi lezzetler bulunmaktadır (Kızılırmak, Albayrak ve Küçükali, 2014; Bakkaloğlu ve Şen, 2024).

3.5.1. Ekmek Çeşitleri

Bölge mutfağında ekmek önemli bir yer tutmaktadır ve oldukça çeşitlidir. Bunların başında Vakfikebir Ekmeği (Trabzon Ekmeği), Mısır Ekmeği ve Hamsili ekmek gelmektedir.

3.5.1.1. Vakfikebir Ekmeği

Vakfikebir ekmeğinin en önemli noktalarından birisi ekşi maya ile yapılmasıdır. Ekşi maya yapımı: un, ılık su, yaş maya, tuz malzemelerinden oluşmaktadır. Malzemelerin hepsi hamur yoğurma kazanında yoğrulur. Yoğurulan hamurdan biraz ayrılır en az 1 gün bekletilir. Sebebi ise ekşi maya oluşumu içindir.

Ekmek hamuru malzemesi için ise un, ekşi maya ve yazın soğuk su, kışın ise ılık ile yapılır. Sebebi ise yazın ekmek hemen ekşir, mayalanır ekmek istenilen kıvamda olmaz bundan dolayı soğuksu kullanılır. Kışın ise ekmek mayalanma işlemi geç olduğu için ılık su kullanılmaktadır. Ekmek hamuru yoğurulduktan sonra 20 dk. yoğurulduğu kazanda bekletilir. 1 saat kazandan aldıktan sonra bekletilir. 1 saat ise şekil verildikten sonra bekletilip 200 derece taş fırında 1 saat pişirilir. Ekmek çıkarıldıktan sonra üzerine bulamaç (sıcak ve un karışımı) adı verilen karışım sürülür. Hemen veya daha sonra yenilebilir. Vakfikebir ekmeğinin özelliğinde biri olan yuvarlak olması ve geç bozulmasıdır. Kesilmeden 1 hafta kadar küflenme olmadan ve bayatlamadan bekleyebilir.



Fotoğraf 6: Vakfikebir ekmeği, (www.vakfikebir.bel.tr, 2024)

3.5.1.2. Mısır Ekmeği

İnce çekilmiş mısır unu, beyaz un, maya, su, tuz malzemelerinden oluşmaktadır. Malzemelerin hepsi karıştırılıp yoğurulduktan sonra guzine (soba)'nın fırınında pişirilir. Lahana çorbası, turşu kavurması, yoğurda doğranmış mısır ekmeği ve sıcakken şeker ile tereyağına bulanarak mısır ekmeği tüketilir.



Fotoğraf 7: Mısır ekmeği

3.5.1.3. Hamsili Ekmek

Yörede genel olarak hamsi mevsimi geldiğinde yapılmaktadır. Hamsilerin önce temizlenir ve hamsinin orta kısmında bulunan kılçıklardan ayrılır. Mısır unu, ılık su, tuz ve karabiber bir kabın içinde hafifçe karıştırılır. Sonra pırasa, pazı, soğan ve bezelye bitkisi ucu, pazı yaprağı, maydanoz, hamsi doğranıp sıvı yağla birlikte bu karışıma katılır. Fırına sürülecek kap yağlanır, karışım hazırlanan kapta yerini alır ve önceden ısıtılmış 180°C fırında 40-45 dakika pişirilir. Fırınlamadan aynı karışım tava içinde küçük küçük parçalar halinde kızartılmasına ise hamsi kuşu denilmektedir. Hamsili ekmeği yaparken yöre halkı mevsimde olan tüm yeşillikleri kullanırlar.



Fotoğraf 8: Hamsili Ekmek, Hamsi kuşu, (www.trabzon.gov.tr, 2024)

3.5.2. Çorbalar

3.5.2.1. Lahana Çorbası

Karalahana yaprakları temizlenir, yıkanır ve ardından doğranır. Kaynamış suyun içine eklenerek, mısır yarması ve barbunya fasulyeleri ilave edilir. Mısır unu topaklanmaması için, biraz karıştıktan sonra yavaş bir şekilde eklenir. Öte yandan soğan, iç yağ ve biber tavada nazikçe kavrulur. Pişmekte olan malzemelere kavrulmuş malzemeler eklenir ve çorbaya uygun miktarda tuz eklenir, sonra pişmeye bırakılır. Servis edilirken sıcak tutulur.



Fotoğraf 9: Lahana Çorbası, (www.trabzon.gov.tr , 2024)

3.5.2.2. Ayranlı (Yoğurtlu) Mısır (Darı) Çorbası

El değirmeninde öğütülmüş mısır (darı), haşlanmış fasulye tanesi (düdek), su ve tuz, bu yemeğin ana malzemelerini oluşturmaktadır. Öncelikle, bir tencereye su eklenir ve daha önce öğütülmüş darı yarması konulmaktadır. Darı bir süre pişirildikten sonra, haşlanmış düdek ve tuz eklenir. Tüm malzemeler pişirildikten sonra, üzerine ayran veya yoğurt ilave edilerek servise hazır hale getirilir.



Fotoğraf 10: Ayranlı (Yoğurtlu) Mısır (Darı) Çorbası

3.5.2.3. Isırgan çorbası

Isırgan otunun taze tepesi toplanır. Isırgan otları seçilir ve tencere de kaynayan az bir suya eklenir. Biraz pişip ezilecek kıvama geldiğinde egecek olarak da adlandırılan ve genellikle çam ağacının en tepesinden yapılan dört veya beş çatallı çubuk ile iyice ezilir.

Bu işlemin ardından fırın darısı unu eklenir. Tuz ve sarımsak eklenip pişmeye bırakılır. Piştikten sonra sıcak veya soğuk yenilebilir. Süt kaymağı ile yenilir.



Fotoğraf 11: Isırgan Çorbası, (www.duybunu.com.tr, 2024)

3.5.3. Ana Yemekler

3.5.3.1. Akçaabat Köfte

Akçaabat köftesi, ilk ortaya çıktığı dönemden bu yana halen aynı malzemelerle üretilmektedir. Bu malzemeler arasında dana eti kıyması, bayat ekmek, sarımsak, tuz ve çember (kavram) yağı bulunmaktadır. Köfte, ızgarada pişirilerek servis edilmektedir (Akçaabat Belediyesi, 2024).



Fotoğraf 12: Akçaabat Köfte, (www.trabzon.gov.tr , 2024).

3.5.3.2. Hamsili Pilav

Ayıklanmış hamsilere tuz ve karabiber eklenir, ardından hepsi yuvarlak fırın kabına hiç boşluk kalmayacak şekilde sıkıca yerleştirilir. Ardından soğanlar güzelce doğranır ve tavada yağda hafifçe sotelenir. Fıstıklar da ardından ayrı bir tavada kavrulur. Pirinç yıkandıktan sonra kavrulmuş soğanların içine eklenir ve üzerine kavrulmuş fıstıklar, kuş üzümü ve tuz ilave edilerek karıştırılır. Pirinçlerin üzerine fazlasıyla olmamak kaydıyla sıcak su eklenir. Yemek, suyunu çekene kadar pişirildikten sonra ateşi kapatıp dinlenmeye alınır. Pilavın rengini korumak adına tarçın, nane ve karabiber pişirme işlemi sırasında eklenir (dileyenler pirinç kavrulurken de ekleyebilir). Kılçığı çıkarılan hamsi tepsiye dizilir. Dizilen hamsilerin üzerine iç pilav eklenir ve hamsi ile üzeri kapatılarak, fırında pişirilir. Piştikten sonra sıcak olarak ikram edilir (Çataklı, 2021).



Fotoğraf 13: Hamsili Pilav, (<https://yemek.com/tarif/hamsili-pilav>,2024)

3.5.3.3. Hamsi Tava

Hamsiler öncelikle ayıklanır. Ayıklanan balıklar sonra mısır ununa bulanır. Tavada ortadan kenarlara doğru boşluk kalmayacak düzgün şekilde dizilir ve tuz eklenir. Az yağda kızartılır. Servise hazır hale gelir.



Fotoğraf 14: Hamsi tava, (<https://yemek.com/tarif/hamsi-tava/>,2024)

3.5.3.3. Kuymak

Kuymak, mısır unu, tereyağı, yöresel telli peynir ve tuz ile yapılmaktadır. İlden ile değişen tarifleri vardır. Genel olarak yapılan tarif ise tavada bol tereyağı eritilir. Mısır unu eklenir ve kavrulur. Rengi biraz dönerken su ve tuz ekleyip koyu kıvama geldikten sonra telli peynir eklenerek karıştırılır. Sonra tereyağı üstü çıkınca kuymak hazır olup sıcak servis edilir.



Fotoğraf 15: Kuymak (<https://yemeksozluk.com/kuymak>, 2024)

3.5.3.4. Lahana Sarması

Lahana sarması lahana, mısır yarması, pirinç soğan, biber, küçük doğranmış et, maydanoz, az salça ve kemik suyu, tuz ile yapılmaktadır. Öncelikle etle soğan sıvıyağ ve et yağıyla kavrulur. İçine bir miktar salça, suyla beraber önceden yıkanmış yarma ve

pirinç ilave edilir ve baharatı eklenir. Hazırlanan iç haşlanmış lahana sarılıp, tencere dibine kemikler eklenir üzerine sarmalar dizilip pişirilir.



Fotoğraf 16: Lahana sarması (www.kulturportali.gov.tr, 2024)

3.5.3.4. Trabzon Pidesi

Unu derin bir kaba alıp ortasını havuz gibi açılır ve yaş maya, toz şeker ve su eklenir. Su ekleyip kulak memesi yumuşaklığında bir hamur elde edene kadar yoğrulur. Üstü hafif nemli bir bezle kapatılır ve oda sıcaklığında 30 dakika boyunca bekletilir. Hamur dinlendirip yuvarlak bir şekilde açılır, kenarları nazikçe içe doğru kıvrılarak inceltilir. Eğer kıymalı yapılacaksa, malzemelerden oluşan harcı hazırlanır. Peynirli yapmak istenirse, kıyılmış tel peyniri ortasına yerleştirilir ve önceden ısıtılmış 280 derece fırında 10 dakika pişirilir. Fırından çıkan ekmekleri alıp üzerlerine tereyağı sürerek sıcak bir şekilde servis yapılır.



Fotoraf 17: Trabzon pidesi: (www.trabzon.gov.tr, 2024)

3.5.3.5. Fasulye Turşusu Kavurması

Önceden salamura yapılan fasulye turşusu kabından alınır ve suda tuzu çıkana kadar bir gün bekletilir. Sıvıyağ da doğranmış soğanlar kavrulur ve az salça eklenir. Fasulye turşusu eklenip kavrulur fasulye turşusu servise hazır hale gelir. Yörede turşunun yanına köy patatesi kabuklu şekilde haşlanıp birlikte sıcak veya soğuk yenilmektedir.

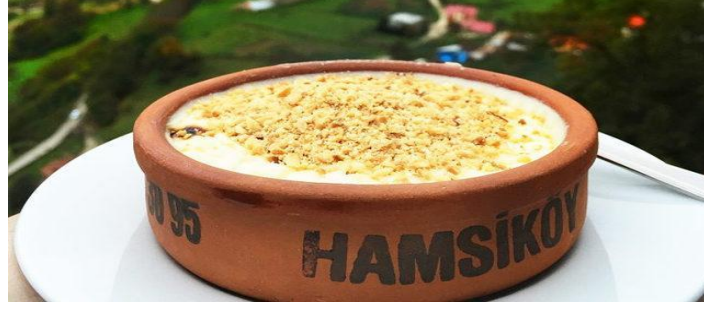


Fotoğraf 18: Fasulye turşu kavurması: (www.trabzon.gov.tr, 2024)

3.5.4. Tatlılar

3.5.4.1. Hamsiköy Sütlaçı

Trabzon'a ait olan hamsiköy sütlaçı yörede internet bulunan tariflerden farklı yapılmaktadır. Hamsiköy sütlaçı lezzet ve farklı oluşunun sebebi yörede doğal inek ırkı sütü ve sadece içerisinde süt, pirinç, tuz ve şeker olmasından kaynaklanmaktadır. Önce süt ocağa alınır ve yıkanmış pirinçler tuz eklenerek kaynayana kadar harlı ateş kaynadıktan sonra kısık ateşte yoğunlaşmaya kadar sütlaç pişer. Piştikten sonra şeker eklenir 5 dk. daha kısık ateşte piştikten sonra tepsiye su koyulup üstüne kaplara alınan sütlaçlar dizilir. 200 derece fırında üstü kızarıncaya kadar pişirilir ve hemen alınır. Fırının derecesinin yüksek olmasına dikkat edilmeli çünkü derece az olan fırında sütlaç sütü çeker akışkan kıvamda olmaz. Soğuduktan sonra üzerine fındık eklenerek yenilebilir. Yöre halkı sütlaçı genel olarak fırınlanmamış ve sıcak olarak da tüketmektedirler.



Fotoğraf 19: Hamsiköy sütlacı, (www.mynet.com, 2024)

3.5.4.1. Kabak Tatlısı

Trabzon yöresinde beyaz kabak olarak anılan kabağın tatlısı yapılmaktadır. Kabak tatlısının yapımı basit ve kolay bir tatlıdır. Kabağın kabukları soyulur ve doğranır. 2-3 saat şekerde bekletilir. İlk olarak harlı sonra hemen kısık ateşte pişirilmelidir. Sadece kabak ve şeker olduğundan yanma ihtimali sebebi ile sürekli kontrol edilmelidir. Piştikten sonra fırına atılır ve soğuk olarak fındık ile servis edilir. Yörede fırına kabuğu ile guzine fırınına atılıp tatlı niyetine beyaz kabak yenilmektedir.



Fotoğraf 20: Kabak Tatlısı

Cesur ve Avcıkurt (2018) tarafından yapılan araştırmada, Doğu Karadeniz mutfağını değerlendiren yerli turistler üzerinde yapılan çalışmada 540 katılımcıdan elde edilen verilere göre, katılımcıların %80,2'sinin beğendiği, %8,2'sinin beğenmediği ve %11,9'unun ise kararsız kaldığı sonucuna varılmıştır. Doğu Karadeniz mutfağına ilgi gösteren yerli turistler arasında yapılan incelemelere göre, %80,2 oranında beğeni olduğu tespit edilmiştir. Bu araştırma, bölgenin turizmi için yöresel mutfak kültürünün ne kadar kritik olduğunu ortaya koymaktadır.

4. BÖLÜM: YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Turistlerin bir bölge veya işletmeyi tercih ederken öncelikli dikkat ettikleri hususlardan birisi de geleneksel beslenme alışkanlıklarına devam edip edemeyecekleridir. Turistler gittikleri yerde kendi damak tadına ve kültürüne yakın yiyecek ve içecekleri tercih etmek istemektedirler. Bu nedenle gidilen bölge ile yaşanan yerin yemek kültürlerinin etkileşimi kaçınılmaz olmaktadır. Örneğin aşırı baharat tüketen veya acı tüketen kişiler yemeklerinde lezzet olarak benzer tatları arayacaklardır.

Günümüz rekabet ortamında müşteri istek ve beklentilerini karşılayan işletmelerin ciddi bir rekabet avantajı elde ettiği de bilinmektedir. Buradan hareketle, Trabzon ilini ziyaret eden Arap turistlerin etkisi ile restoranlarda; mutfak, servis, yemek menüsü ve yemek reçetelerinde ne gibi değişimlere sebep olduğunun belirlenmesi bu araştırmanın problemini oluşturmaktadır.

Yapılan alan yazın taramasında turistlerin yemek kültürünün destinasyon veya restoran işletmelerinin mutfağına etkisini inceleyen çalışmaya rastlanılmamıştır. Çalışma, bölgede faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerine yol gösterici bir nitelik taşıyacak ve aynı zamanda alan yazında yer alan önemli bir boşluğu da dolduracaktır. Bu çalışmada, belirlenen amaca uygun olarak nitel araştırma yöntemlerinden gözlem, görüşme ve belge incelemesi teknikleri tercih edilecektir. Veri toplama sürecinde, yarı yapılandırılmış mülakat soruları oluşturulmuş ve sorular, görüşme yapan kişinin ve katılımcının belirli konular üzerinde derinlemesine tartışmalar yapmasına olanak tanıyacak şekilde tasarlanmıştır. Çalışmada, 2024 yılı Haziran-Ekim ayları arasında Trabzon'da faaliyet gösteren restoran işletmelerinde Restoran Müdürü, Mutfak Şefi, Yiyecek İçecek Müdürü pozisyonu yapılan görüşmelerle veriler elde edilmiştir.

4.2. Araştırma Yöntemi

Bu bölümde araştırma modeli, çalışma grubu, veri toplama araçları, verilerin toplanması ve veri analizinde kullanılan tekniğe ilişkin bilgiler yer almaktadır.

4.3. Araştırma Tasarımı

Doğu Karadeniz Bölgesi, Trabzon iline gelen ve konaklayan yabancı turistlerin yöresel mutfak ve Türk mutfağı yemeklerine ilişkin tutum ve menü ile reçete değışim isteklerini belirlemeyi amaçlayan bu araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırmalar, sosyal olguları bulundukları bağlam içinde anlamaya ve yorumlamaya odaklanan, teori oluşturmayı hedefleyen bir yaklaşımdır (Yıldırım, 1999). Araştırmada, yabancı turistlerin yerel mutfağına yönelik tutum ve taleplerini deneyimlerine dayalı olarak derinlemesine incelemek hedeflendiğinden, nitel araştırma desenlerinden olgubilim (fenomenoloji) deseni tercih edilmiştir.

4.4. Örneklem Grubu

Araştırmanın çalışma grubunun belirlenmesinde amaçlı örneklem yöntemlerinden ölçüt örneklem yöntemi kullanılmıştır. Amaçlı örneklem, araştırmanın amacına uygun olarak deneyim ve bilgi açısından zengin ya da araştırma sorularına yanıt verebilecek nitelikteki durumların seçilmesi olarak tanımlanmaktadır (Büyüköztürk vd., 2017). Bu doğrultuda, araştırmanın çalışma grubunu oluşturmak için Trabzon'da yaşayan ve restoran işletmelerinde mutfak deneyimine sahip çalışanlar seçilmiştir.

4.5. Veri Toplama Araçları

Yabancı turistlerin yöresel mutfak ve Türk mutfağına ilişkin taleplerini, restoran çalışanlarından görüşlerini belirlemek amacıyla, araştırmacı tarafından hazırlanan ve 7 sorudan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Araştırmada veri toplamak amacıyla gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler hem basit seçenekli cevapları hem de araştırılan konuya ilişkin derinlemesine veri toplama imkanını bir arada sunmaktadır (Büyüköztürk vd., 2017). Araştırmada kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme formunun hazırlanmasına, ilgili alan yazın taranarak başlanmıştır. Daha sonra form, danışman öğretim üyesi, mutfak ve gastronomi alanında akademik yayınları olan nitel çalışma konusunda da tecrübesi bulunan farklı bir öğretim üyesi tarafından ayrıntılı

olarak incelenmiştir. Araştırma 7 adet sorudan oluşturulmuştur. Sorular aşağıda belirtilmiştir:

Bu sorular;

1. Bize kendinizden bahseder misiniz?
2. Restoranınızda hizmet verdiğiniz yabancı turist profili hakkında bilgi verir misiniz?
3. Orta Doğu ve Arap ülkelerinden gelen turistlere yönelik uygulamalarınızdan bahseder misiniz?
4. Doğu ve Arap ülkelerinden gelen turistlerle ilgili yeme alışkanlıkları hakkındaki izlenimlerinizi aktarır mısınız?
5. Orta Doğu ve Arap ülkelerinden gelen turistlerin ülke ve yöre mutfağına karşı ilgi ve beklentilerine sizce nelerdir?
6. Arap ve Orta Doğulu turistlere daha iyi bir hizmet verebilmek için sizce neler yapılmalıdır?
7. Eklemek istediğiniz bir konu var mıdır? Şeklindedir.

Araştırma verilerinin toplanması amacıyla, yabancı turistlere hizmet veren restoran çalışanları ile onların uygun olduğu gün ve saatlerde görüşmeler yapılmıştır. Katılımcılara, kimlik bilgilerinin gizli tutulacağı, hiçbir yerde paylaşılmayacağı ve toplanan verilerin yalnızca bu araştırma için kullanılacağı bilgisi verilmiştir. Yapılan araştırmada turistlerin en çok ziyaret ettiği destinasyonlardaki restoranlarla görüşme yapılmıştır. Trabzon ilinde en çok Orta Doğulu turist ağırlayan yerler Uzungöl, Sera Gölü, Sümela Manastırı'dır. Bu bölgelerde 16 restoranla görüşülmüştür. Genel olarak kafe ve otel işletmelerinin olduğu bu bölgede restoran olarak geçen yer sayısı azdır. Restoran işletmelerinde ise yeterli doyum oranına ulaşıldığı için görüşmeler bu bölgelerde sonlandırılmıştır. Orta Doğulu turistlerin yoğun talep gösterdiği restoranla görüşme yapılmıştır. Restoran çalışanlarının gönüllü olarak katıldığı bu görüşmeler, ortalama 30 ile 45 dakika sürmüş ve araştırmacı tarafından ses kayıt altına alınmıştır. Ses kayıtları dinlenerek çözümlemeleri yapılmıştır.

4.6. Verilerin Analizi

Yabancı turistlere hizmet veren restoran çalışanlarıyla birebir görüşmeler yoluyla toplanan araştırma verilerinin çözümlenerek anlamlı hale getirilmesinde içerik analizi tekniği kullanılmıştır. İçerik analizi, belirli kurallar çerçevesinde kodlamalar yapılarak bir metnin daha küçük ve anlamlı içerik kategorileriyle özetlendiği, sistematik ve tekrarlanabilir bir analiz yöntemi olarak tanımlanmaktadır (Büyüköztürk vd., 2017). Çalışmada, araştırmanın amacına ve verilerin içeriğine uygun olarak kategoriler oluşturulmuştur. Bu kategoriler altında veriler sınıflandırılmış ve yorumlanarak anlamlı bir yapıya dönüştürülmüştür.

4.7. Güvenirlik ve Geçerlik Çalışmaları

Yapılan araştırmanın bilimsel kabul düzeyinin yüksek olması ve sağlayacağı yararın artırılması, araştırmanın niteliği açısından kritik bir öneme sahiptir. Sosyal bilimlerde geçerlik ve güvenilirlik açısından uygulanabilir ölçütlere ulaşmak, sıkça karşılaşılan bir zorluktur. Karasar, (2016)'ya göre, toplum bilimlerinde gerçekleştirilen ölçümlerde, ölçülen kavramın tüm boyutlarını kapsama çabası görülür. Yüksek bir güvenilirlik düzeyi, ölçme sürecinde izlenen yöntemler ve kullanılan ölçütlerle doğrudan ilişkilidir. Örneğin, iki farklı değerlendiricinin aynı veriye yönelik puanlamalarının veya bir değerlendiricinin aynı veriyi farklı zamanlarda puanlamasının birbirinden farklı olabilmesi, güvenilirlik sorunlarına işaret edebilir. Nitel araştırmalarda ise, insanların yaşantı ve deneyimlerini anlamak temel bir amaçtır. Dolayısıyla, verilerin tarafsız bir şekilde toplanması ve yorumlanması, güvenilirlik ve geçerlik açısından eksikliklerin önlenmesini gerektirir. Bu araştırmada verilerin güvenilirliğini artırmak amacıyla analiz sürecinde iki farklı analiz yapılmış ve elde edilen sonuçlar birbiriyle karşılaştırılmıştır. Ayrıca, görüşme sonucu elde edilen verilerin kodlanmasında iki farklı kodlayıcı görev almış ve kodlayıcılar arasındaki uyum yüzdesinin (%79) yüksek olması güvenilirliği artırıcı bir unsur olmuştur. Geçerlik, ölçülmek istenen kavramın doğru bir şekilde, başka unsurlarla karıştırılmadan ölçülme derecesidir (Karasar, 2016). Başka bir ifadeyle, testin bireyin ölçülmek istenen özelliğini diğer özelliklerden ayırt ederek ne kadar doğru ölçtüğünü ifade eder (Büyüköztürk vd., 2017). Araştırmada, katılımcılarla yapılan görüşmelerin geçerliğini sağlamak amacıyla, görüşmeler sırasında elde edilen veriler bilgisayara kaydedilmiş ve bu kayıtlar katılımcılara okutularak onayları alınmıştır. Ayrıca, katılımcıların doğrudan ifadeleri metinlere eklenerek görüşler desteklenmiştir.

5. BÖLÜM: BULGULAR VE TARTIŞMA

5.1. Demografik Bulgular

Tablo 6. Çalışma Grubunun Demografik Özellikleri

Katılımcı	Yaşı	Görevi	Cinsiyeti	Eğitim Seviyesi	İşletme Tipi
K1	29	Aşçı	Kadın	Lisans	Restoran
K2	28	Ön Muhasebe	Kadın	Lisans	Restoran
K3	30	Salon Şefi	Erkek	Yüksek Okul	Restoran ve Otel
K4	40	Müdür	Erkek	Lise	Restoran-Kafe
K5	35	İşletmeci	Erkek	Lise	Restoran-Kafe
K6	30	İşletmeci	Erkek	Lisans	Restoran-Kafe
K7	45	Şef	Erkek	Lise	Restoran-Otel
K8	45	Aşçı	Erkek	İlkokul	Restoran
K9	32	İşletmeci	Erkek	Yüksekokul	Restoran
K10	29	Servis Elamanı	Erkek	Lise	Restoran
K11	29	Şef	Erkek	Lise	Restoran
K12	42	Şef	Erkek	Lise	Restoran
K13	50	İşletmeci	Erkek	İlkokul	Restoran-Kafe
K14	37	Aşçı	Erkek	Ön Lisans	Restoran
K15	27	Salon Şefi	Erkek	Üniversite	Restoran-Kafe
K16	21	Aşçı	Erkek	Lise	Restoran

Çalışma grubunu oluşturan katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde, toplam 16 kişiden oluşan grubun 2'si kadın, 14'ü erkek katılımcılardan oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların yaş aralığı 21 ile 50 arasında değişmektedir. Eğitim seviyelerine bakıldığında, katılımcıların çoğunun lise mezunu (7 kişi) olduğu; bunun yanı

sıra ilkokul (2 kişi), ön lisans/yüksekokul (3 kişi) ve lisans (4 kişi) mezunlarının da bulunduğu görülmektedir.

5.2. Mülakatlardan Elde Edilen Bulgular

Çalışmanın birinci teması “Misafir Profili” olarak adlandırılmıştır. Bu temanın altında yer alan iki kategori ise “Misafirin Geldikleri Ülkeler” ve “Ziyaret Zamanları” olarak belirlenmiştir. Çalışmanın misafir profili temasında yer alan ilk kategorisi misafirlerin geldikleri ülkeler olarak adlandırılmıştır. Bu temada çoğunluklu olarak gelen ziyaretçilerin Arap ülkelerinden geldiği görülmektedir. Az sayıda katılımcı ise batıdan da misafirlerin bölgeyi ziyaret ettikleri hakkında görüş belirtmişlerdir. Katılımcıların görüşleri aşağıda sıralanmıştır:

K2: *Tesisime daha çok Orta Doğulu turistler geliyor. %95'i Orta Doğulu, %3'ü Türk, geri kalanı Almanya, İngiltere, Arjantin, İspanyali gelen misafirlerimizi ağırlıyoruz.*

K4: *Arabistan, Kuveyt, Katar, Azerbaycan, Filistin, Suriye'den geliyorlar. Aslında yerel halk daha çok geliyor.*

K15: *Trabzon bölgesine daha çok Arap turistler geliyor. Bunun dışında Azerbaycan, Özbekistan, Rusya'dan da oluyor.*

Literatür de yapılan çalışmaların bulguları incelendiğinde bu kategoride alan yazında yapılan incelemeler de benzerlik olduğu görülmektedir. Araştırmalarda Suudi Arabistan gelen ziyaretçilerin yoğunlukta olduğunu ve diğer Arap ülkelerinin de bölgeye rağbet gösterdiği bulgularına ulaşmışlardır (Boğenç, 2018; Sevinç 2019 ve Özgöller, 2019). Çalışmanın bulgularının literatürle benzer olmasının sebebi Arap turistlerin yeşil ile suyun bulunduğu serin ve sakin yerleri tercih etmeleri olarak açıklanabilir (Çeken, Yılmaz ve Ertürk, 2018; Düzgün ve Ödemiş, 2020).

Çalışmanın misafir profili teması altında yer alan ikinci kategorisi “Ziyaret Zamanları” olarak adlandırılmıştır. Katılımcılar turist yoğunluğunun en fazla olduğu

dönemin yaz ayları olduğunu ifade etmişlerdir. Katılımcılar Trabzon ilinde en yoğun turistin geldiği dönem haziran ayı ile sezonun açıldığını ve Eylül ayına kadar yoğunluğun devam ettiğini belirtmişlerdir. Çalışma katılan bireylerin görüşleri aşağıda sıralanmıştır:

K3: Temmuz, Ağustos ayları yaz dönemi. Okullar tatile girdiği için onlar da rahatlıkla seyahate çıkabiliyorlar.

K7: Yoğunlukla okulların kapanışı ile başlıyor, açılışı ile bitiyor. Yaz dönemine denk geliyor. 15-20 gün oynayabiliyor.

K13: Birçok milletten misafir ağırlıyoruz. Dönemsel olarak da yazın %80, kışın %20.

Çalışmanın bu bulgusu alan yazındaki çalışmalarla desteklenmektedir. Örneğin Bulut ve Daşdemir (2022) çalışmalarında gelen turistlerin daha çok yaz aylarında tercih ettiği ifade bulgusuna ulaşılmıştır. Bu durum Arap turistlerin aile ile birlikte vakit geçirebilmek için Arabistan’da okulların tatil olduğu yaz dönemlerini seçtikleri şeklinde yorumlanabilir (DOKA, 2015).

Çalışmanın ikinci teması “Misafirlerin Tercihleri” olarak belirlenmiştir. Bu temanın altında üç kategoride incelenmiştir. Bunlar “Yemek Tercihi”, “İçecek Tercihi” ve “Genel Tercihler” olarak adlandırılmıştır. Çalışmanın ikinci teması olan “Misafir Tercihi” altında yer alan birinci kategorisi “Yemek Tercihi” olarak adlandırılmıştır. Trabzon’a gelen turistlerin Arap turistlerin yoğunlukta olduğu belirtilmiştir. Gelen turistler yörenin yemekleri tatmak ve görsel olarak çekim yapmak için Trabzon’a ait olan yemekleri tercih etmelerinin yanında kendi yöresi ait olan yemekleri de menüde görmek istemektedir. Restoran işletmelerinin gelen Arap turistlerin yemek tercihi ile ilgili görüşleri aşağıda sıralanmıştır:

K 1: Çok et ve pilav tüketiyorlar. Mesela masada kesinlikle pilav olur. Dediğim gibi aşağı yukarı bizimle aynı yani. Pideyi de seviyorlar, hamur işlerini de seviyorlar. Ağırlıklı olarak ızgara tüketiyorlar ve çok pişmiş seviyorlar. Az pişmiş asla yemezler. Hamsiköy sütlacımız var, onu da çok beğeniyorlar. Hatta muhallebiye diye bizden istiyorlar.

K 4: *Bazen uzatma hareketi yapıyorlar, direkt anlıyorsun kuymak istediklerini. Kuymağı çok merak ediyorlar. Her yerden de tadıyorlar. Mesela Trabzon merkezde de yiyorlar, gelip burada da yiyorlar. Farklı farklı yerlerden tatmak istiyorlar. Turşu kavurmamız mesela onu da tatmak istiyorlar. Merak ediyorlar. Merak doğrultusunda tatmak istiyorlar.*

K 9: *Mesela Arap pilavımız var, kepe var, tavuklusunu, etlisini yapıyoruz. Onlara özel humus var, onları yapıyoruz. Aynı zamanda onlara özel salata olan fetuş yapıyoruz. Babagannuş yapıyoruz, patlıcan ezmesi gibi. Onlara özgü tuzda tavuk, tuzda balık yapıyoruz.*

K 7: *Araştırıyorlar ve yörenin yemeklerini de biliyorlar ve bunları istiyorlar. Mesela lahana sarmamızı, kayganamızı istiyorlar.*

K 2: *Akçaabat köfte, kuymak ve Hamsiköy sütlacı var. Bunlar Araplar tarafından tercih ediliyor.*

K 8: *Normal menümüze ekleme yapıyoruz. Yani onların sevdiği yemeklerden; mukabbelat, mutebbel, babagannuş, kepe pilavını çok seviyorlar. Onları menümüze ekliyoruz.*

Çalışmanın yemek tercihlerine yönelik bu bulgusu alan yazın çalışmalarıyla benzerlik göstermektedir. Literatür çalışmalarında turistlerin restoran işletmelerinde yöresel yemekleri daha çok tercih etikleri belirtilmiştir (Aslan, Güneren ve Çoban, 2014). Bununla birlikte Sormaz (2024) çalışmasında yabancı turistlerin yöresel yemekleri tat olarak kendilerine daha yakın gördüklerini ifade etmiştir. Trabzon ilinde yapılan bir diğer çalışmada ise turistlerin en çok Kuymak, Mıhlama, Akçaabat köfte, lahana yemekleri, Kaygana ve Sütlac gibi ürünleri tercih ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmanın bulgularıyla alan yazındaki bulguların benzerlikleri bölgede sunulan yerel yemeklerin çekiciliğini arttırmak ve misafirlerin isteklerine göre şekillendirme çabası ile alakalı olduğu söylenebilir.

Çalışmanın “Misafir Tercihleri” teması altında yer alan ikinci kategorisi turistlerin “İçecek Tercihleri” olarak belirlenmiştir. Yaz Döneminde Trabzon’a gelen Arap

turistlerin içecek tercihi daha çok gazlı içecekler olmuştur. Arap ülkelerinden gelen turistlerin sütlü çay tükettikleri belirtilmiştir. Çalışmanın ikinci kategorisi olan içecek tercihine katılımcıların verdiği cevaplar aşağıda gösterilmiştir:

K 2: *Bizde yemeklerin yanında ne istiyorlar onu söyleyeyim. Genel olarak standart, Sprinte, Pepsi, Yedigün bunları istiyorlar. Sütlü ay istiyorlar. Yeşil ay ve semaver de istedikleri oluyor. Ama bizim menmzde olmadığı için biz bunları vermiyoruz.*

K 3: *Daha çok sıkma portakal suyu ile Sprite içiyorlar.*

K 4: *ayın üstüne süt katmak istiyorlar. Biz de bir cezvenin içine süt koyup öyle veriyoruz.*

Araştırmanın ikinci teması “Misafir Tercihleri” altında yer verilen üçüncü kategorisi olan “Genel Tercihler” olarak adlandırılmıştır. Yapılan araştırmada katılımcıların Arap turistlere yönelik bilgiler vermişlerdir. Arap ülkelerinden gelen turistlerin genel tercihleri hakkında katılımcılar şu ifadelerde bulunulmuştur:

K 3: *Helal ve haram kavramına dikkat ediyorlar.*

K 2: *Standart bir düzenimiz var. Ama alt tarafta VIP odalarımız var. İsteyen turistler altta gişeden bununla ilgili bilet alabiliyorlar ve o odada özel olarak hizmet ediliyor. Yemek servisi yapılıyor. Orada zel, kendileri vakit geçiriyor.*

K 14: *Elleriyle çok fazla yiyorlar. Biz atal, bıçak kullanırken onlar daha çok kaşık kullanıyor. Birçoğu da eliyle yiyor.*

K 12: *Genelde eşleriyle konuşulmasını istemiyorlar. Genelde mutfakta olduğum için görmüyorum ama duyduğum kadarıyla garsonların eşleriyle muhatap olmasını istemiyorlar. Genelde eşleri karar veriyor. Kadınlar peçeli olduğu için karşılarında bir personel olduğu zaman yemek yiyemiyorlar. Genelde karşılarında durmamaya dikkat ediyoruz.*

K 1: Konseptimiz dediğim gibi, iki katlı açık bir restoranımız var. Ailelerin tercih ettiği ücretsiz ayrı ayrı özel odalarımız var. Onun dışında manzaralı yer isteyenlere göre balkonlarımız var.

Restoran işletmelerinde görüşme yapılan katılımcıların Arap ülkelerinden gelen turistlerin Müslüman toplum olduklarından dolayı helal ve haram kavramına önem verdikleri görülmektedir. Bu sebeple eşlerinin gözükmelerini istemedikleri için ayrı yerlerde yemek yeme, bayan garson isteme gibi istekleri bulunmaktadır. Literatür çalışmalarında Arap Ülkelerinin tercih ettikleri otel ve restoran işletmelerinde, yiyeceklerin İslami şartlara uygun olmasına dikkat ettikleri çalışmalarda ifade edilmiştir (Yıldırğan, Bilgiçli, Baysal ve Batman, 2020).

Sezer (2017), yaptığı çalışmada Arap Ülkelerinden gelen turistlerin otellerde, konaklama tercihlerinde helal turizm sertifikası, helal gıda sertifikası, et türevlerinin helal bir şekilde kesilmesi, yemeklerde domuz ve domuz yağının kullanılmaması, Arap turistlere restoranda özel ayrı bölümler hazırlanması gibi sonuçları ortaya koymuştur. Bir diğer çalışmada Trabzon ilinde bulunan üç, dört ve beş yıldızlı otel çalışanlarının kavramsal olarak helal turizmle ilgili bilgilerinin sınırlı olduğu bulgusuna ulaşılmıştır (Karakaş ve Tezcan, 2019). Misafirin geri gelme niyetini incelendiği başka bir çalışmada ise tekrar ziyaretlerinde misafirlerin helal turizm konseptli yerleri tercih ettikleri ifade edilmiştir (Kasap, Yıldırım ve Akbulut, 2019). Alan yazındaki tüm bu çalışmalar bu araştırmanın genel tercihler kategorisinde ulaştığı bulguları destekler niteliktedir.

Çalışmanın üçüncü teması “İşletmelerin Durumu” olarak belirlenmiştir. Bu tema altında üç kategoriye ayrılmıştır. Birinci kategori “Yerel Mutfağın Desteklenmesi”, ikinci kategori “İşletmelerin Misafire Karşı Tutumu”, üçüncü kategori “Gelişime Yönelik Öneriler” olarak adlandırılmıştır.

Çalışmanın “İşletmelerin Durumu” temasında yer alan birinci kategorisi “Yerel Mutfağın Desteklenmesi” olarak belirlenmiştir. Trabzon ilinde restoran işletmelerinde çalışan aşçı, müdür ve işletmecilerle yapılan görüşmede Trabzon’a ait olan yöresel yemeklerimizi, ziyaret eden turistlere değişiklik yapmadan tanıtmak istediklerini ifade etmektedirler. Yine restoran işletmelerinde katılımcıların çoğunluğu menü de değişim

yapılmadığını fakat yaz döneminde gelen turistlere yönelik yemekler eklendiğini belirtmektedirler. Çalışmada katılımcıların verdiği cevaplar aşağıda sıralanmıştır:

K3: Yok, onlara özel bir uygulamamız yok. Normal, geleneksel Türk mutfağından, Türk restoranlarından ne bekleniyorsa o şekilde hizmet veriyoruz.

K 6: Menü de çok değişiklik yok. Aslında onlara biraz da kendi mutfağımızı tanıtmaya çalışıyoruz. Çünkü kendi mutfaklarını ülkelerinde yeterince tüketiyorlar. Onun için çok fazla Arap mutfağına girmedik. Biz özellikle Türk mutfağını tanıtmak için genellikle bizim yöresel ürünlerimizi, kendi mutfağımızın ürünlerini koymaya çalışıyoruz. Çünkü biz de karşı tarafa turist olarak bakıyoruz. Onların da burada farklı şeyler deneyimlemelerini arzuluyoruz.

K 13: Bu konuda biraz milliyetçiyim. Bizim balığımız, köftemiz, kuymağımız, pidemiz meşhur. Ben Bosna'ya gittiğimde Boşnak böreği yedim çünkü ben onu arıyorum. Orada Türk restoranları da var ama ben gitmedim. Ben böyle düşünüyorum. Buraya gelen insanlar bizim mutfağımızı yiyecekler bu biraz da zorunluluk olmalı. Gelince pide yesin niye başka bir şey arıyor ki.

K 14: Restoranımız yöresel bir bölgede olduğu için amacımız öncelikle kendi yöresel ürünlerimizi tanıtmak. Onların da talep ettiği ürünleri menümüze ekliyoruz. Kendi ürünlerimizi azaltmadan onların ürünlerini de ilave ediyoruz. Örnek olarak humus, kepe pilavı seviyorlar. Biz de bunları öğrenmiş oluyoruz.

Alın yazın çalışmalarında yabancı turistlerin bölgeyi ziyaret etme amaçlarında yerel yemekler için olmadığını fakat bölgeyi gezerken tekrar ziyaret etmede yerel mutfağın etkisi olduğu ifade edilmiştir. Yabancı turistlerin daha çok tur şirketleri ile gezdikleri ve tur rehberlerin yöreye ait yemekleri, ürünleri tanıtmaktadırlar. Tur rehberleri turistleri yöresel restoranlara yönettiklerinden dolayı yöresel yemek yapan restoranlara ilgi artmıştır. Bağımsız yerli turistlerin ise yöresel ürün ve yemekler hakkında bilgilerinin eksik olduğu düşünülmektedir (Sormaz, Özata ve Madenci, 2020). Turistlerin destinasyonu seçme tercihleri arasında öncelikli olarak yöresel yemekler olmamakta fakat gidilen turistik bölgeyi beğenme düzeyinde yöresel yemekler ortaya çıkmıştır. Yerel restoranlar en üst düzeyde daha çekici bulunmuştur (Zağralı ve Akbaba, 2015).

Destinasyonu tercih etme de en önemli çekicilik; bölgenin doğal güzellikleri, kültür yapısı ve iklim olarak ifade edilmiştir. Destinasyonu tercih etmede yerel mutfak ilk sırada yer almamaktadır. Turistlerin destinasyonu ziyaret ederken tekrar ziyaret etmede yöresel yemek ve restoranların önemli katkısı olduğu görülmüştür. Yerel mutfak ise destinasyonu tercih etme doğrudan olmasa bile dolaylı olarak etkilemektedir (Aksu, Gezen ve Özcan, 2017). Yapılan çalışmalarda bölgeyi ziyaret eden misafirlerin yörenin doğasını, kültürünü ve gezilecek tarihi yerlerini ziyaret ederken restoran menülerinde yer alan yerel ürün ve yemekleri tanıtılması konusunda turistleri bilgilendirip yerel mutfağımızı tanıtmamız gerektiği çalışmalarda vurgulanmıştır. Çalışmada yerel mutfakın geliştirilmesi ve tanıtılması konusunda çalışmayı destekleyici niteliktedir.

Çalışmanın üçüncü teması “İşletmenin Durumu” altında yer alan ikinci kategori “İşletmelerin Misafire Karşı Tutumu” olarak adlandırılmıştır. Katılımcıların görüşmelerde Arap turistlerin ilgi, hoşgörü, güler yüz ve dillerini bile personel gibi etkenlerden dolayı restoran işletmelerini tercih etmesini olumlu yönde etkilemektedir. Arap ülkelerinden gelen turistlere menü, fiyat konusunda farklılıklar sunulmamasını ve eşit şekilde davranılması gerektiğini belirtmişlerdir. Çalışmada katılımcıların bu konuda görüşleri aşağıda belirtilmiştir:

K 2: Arap, Orta Doğulu turistler, ilgiden, güler yüzden çok hoşlanıyorlar. Biz de kendilerine daha fazla ilgi ve hizmet veriyoruz.

K 15: Sezonda Arapça bilen personellerimiz oluyor. Ayrıca neredeyse tüm personelimiz İngilizce biliyor. Arapça bilmeyen olsa bile İngilizce ile iletişim kurmaya çalışıyoruz.

K 7: Gelen misafirlere uyruğu ne olduğu önemli olmadan iyi hizmet etmek lazım. Çünkü bunlara iyi davranmak, fiyatlarda da sizin de belirttiğiniz gibi farklı tarife uygulamamak. Bunların tekrar güvenlerini sağlamalıyız.

K 3: Biz ağırlıklı olarak otel kısmında birlikte çalışıyoruz. Gelen müşterilerimizin uyruğu ne olursa olsun elimizden geldiğince memnun etmeye çalışıyoruz. Bazen buradan giderken ufak hediyeler veriyoruz. Örneğin hatıra olarak saklayabilecekleri kalem ya da

bir anahtarlık. O şekilde memnun edip onların da etrafındaki insanlara bizleri önereceğini düşünüyoruz ve o şekilde ilerliyoruz.

K 6: Burada elimizden geldiğince müşterinin memnuniyetine önem veriyoruz. Sadece bazı değişik insanlar oluyor mesela dediğiniz gibi çift menü gibi. İnşallah bunlar onların önüne geçer umarım. Gelen insanlar da buradan mutlu bir şekilde ayrılır gider. Biz dediğim gibi fiyat politikamızı da genel olarak Trabzon'a bakarak yapıyoruz. Farklı farklı firmalarla görüşüyoruz, restoranlarla görüşüyoruz. Onların önüne geçilirse çok daha iyi olur bence.

Alan yazın yapılan çalışmalarda misafirlerin restoran işletmelerinde en çok şikâyet ettiği konu çalışanların misafirlere karşı tutum ve davranışlarıdır. Bunlardan personelin ilgisizliği, kabalığı ve niteliksizliği konuları üzerine yoğunlaşmıştır. Gelen müşteriler menü ve yemeklerin fiyatının pahalı olduğunu da belirtmişlerdir (Perçin ve Yiğit, 2020). Karakaş, Bilgin ve Kınır (2017), göre restoran işletmelerin de sunulan hizmette en önemli unsur personel niteliği olarak belirtilmiştir. Personelin özenli ve dikkatli olması, samimiyeti, müşteri karşılama, sorulan soruları doğru cevaplaması ve bilgi düzeyi misafirleri olumlu yönde etkilemektedir. Katılımcılar yemek fiyatları konusunda yabancı turistlere çift menü uygulanmamasını ve gelen tüm misafirlere eşit davranılması gerektiğini vurgulamaktadırlar. Yerli ve yabancı turistlerin ortak bir şikâyet konusu fiyatlar üzerinedir. Pahalı olduğunu ifade etmektedirler (Kaya M.C ve Kaya E., 2023). Literatür çalışmaların incelendiğinde misafirlerin restoran işletmelerinde personel çalışanların davranışlarının önemli olduğunun fakat misafirlerin fiyat ve yiyecek içecek işletmelerinin dolayı olumsuz geri dönüşleri olduğu görülmüştür. Literatür çalışmalarında restoran işletmesine gelen misafirlere karşı çalışan personelin davranışlarının önemli olduğunu ve fiyat politikalarında genelleyici bir tutum sergilenmesi gerektiğini, yapılan araştırmada katılımcıların görüşlerini desteklemektedir.

Araştırmanın “İşletme Durumu” altında yer alan üçüncü kategorisi “Gelişime Yönelik Öneriler” olarak adlandırılmıştır. Trabzon ilinin sadece yaz aylarında yayla turizminin yanı sıra kış aylarında kış turizmi ile misafirlerin sürekli ziyaret ettiği bir destinasyon haline gelebilir. Aktivitelerin az olduğunu bunların geliştirilmesi gerektiğini

görüşmelerde belirtmişlerdir. Çalışmanın bu kategorisinde katılımcıların gelişime yönelik önerileri şu şekilde ifade edilmiştir:

K 7: Aktivitelerin de olması lazım. Uzungöl için söyleyebilir. Sadece yemek olarak bakmamak lazım. Aktivitelerin de olması lazım. Bu insanlar buraya eğlenmeye geliyor sadece yemek yemeye değil. O yüzden de farklı arayış içerisindeler. Paraşüt, bisiklet, motosiklete de ilgi duyuyorlar. Mesela kayak olsa, teleferik olsa kışın bir o kadar daha turistlerin geleceğine inanıyorum.

K 5: Hizmet çok önemli. Öncelikle hizmeti geliştirmek lazım. Kaliteli bir hizmet vermek lazım. Bir de hoşgörü. En önemli şey hoşgörü. Gelen turistlere hoşgörülü davranmak. Bir de kış turizmimiz yok bizim. Sadece 3 ay sınırlandırdık turizmi. Kış turizmine yönelik bir şeylerin yapılması lazım. Bu da işletmelerin değil belediyenin yapacağı bir durum. İzin vermiyor çünkü. Uzungöl sit alanı olduğu için, hiçbir şey yapılmıyor.

K 6: Biz her geçen gün elimizden geldiğince bir şeyleri düzenlemeye çalışıyoruz. Geçen sene köşede bir fotoğraf alanı yapmak istedik yenilik olsun, hatıra kalsın diye. Balkonumuzu biraz düzenledik, yeniledik, fotoğraf köşeleri yapmaya çalıştık, Uzungöl'ü direkt görebilsinler diye. Ama onun dışında ekstra bir şey yok. Manzara çok cazip geliyor, ölümsüzleştirmek istiyorlar. Kuymakla, kahveyle. Onun için elimizden geldiğinde köşeler yaptık.

Çalışmanın “Gelişime Yönelik Öneriler” kategorisinde katılımcılarla yapılan görüşmelerde en çok kış turizminin geliştirilmemesi ile ilgili önerilerde bulunulmuştur. Trabzon ilinde kış turizmi ile ilgili literatür araştırmalarında kış aylarında kar yağışı fazla olmasına bağlı yolların kapalı ve elektrik kesintilerinden gibi altyapı eksikliğinden tesislerin faaliyeti durdurulmaktadır (Cavuş, 2014; Sekban, Bekar ve Acar, 2018). Bundan dolayı bölge kış turizmi konusunda faal olmamakta birlikte Trabzon ili tercih edilmemektedir. Doğu Karadeniz Bölgesinde Rize bulunan Ayder yaylası (Sezer, 2020), Gümüşhane bulunan Zigana Dağı kış turizminin olduğu destinasyonlardan biridir. Rize Ayder yaylasında düzenlenen festivaller birçok yerli ve yabancı ziyaretçileri bölgeye çekmektedir (Evren, Zeybek ve Taş, 2020). Alan yazında yapılan çalışmalar, çalışmanın bu bulgusunu destekler niteliktedir.

6. BÖLÜM: SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma Trabzon ilinde bulunan restoranların daha çok Arap ülkelerinden gelen turistler tercih ettiği çalışmada ifade edilmiştir. Bu çalışmanın Arap ülkelerinden Trabzon'u ziyaret eden turistlerin restoran işletmelerin de menü ve reçetede değişimler, alışkanlıkları, tercihleri ve beklentilerinin neler olduğu üzerinde çalışma yapılmıştır. Araştırmanın bulguları "Misafir Profili", "Misafir Tercihleri ve "İşletme Durumu" olmak üzere 3 tema altında adlandırılmıştır. Literatürde bulunan diğer çalışmaların bulgularıyla karşılaştırılarak tartışılmıştır. Alan yazında ortaya çıkan diğer çalışmaların sonuçları destekler niteliktedir.

Elde edilen bulgulara göre, restoranlarda hizmet verilen yabancı turist grubu büyük oranda Orta Doğu ülkelerinden olduğu görülmüştür. Katılımcıların ifadelerine göre, Suudi Arabistan en çok turist gönderen ülke olarak öne çıkarken, Rusya, İran, Kuveyt Filistin, Katar, Azerbaycan ve Bahreyn takip etmektedir. Daha az turist geldiği ülkeler ise Dubai, Gürcistan, Suriye, Özbekistan, Sudan, Mısır, Birleşik Arap Emirlikleri, Umman, Almanya, Arjantin, İspanya ve İngiltere şeklindedir. Gelen turistlerin en çok yaz dönemini (Haziran-Eylül) tercih ettikleri analizler sonucunda ortaya çıkmıştır. Bunun sebebi ise okulların tatil olmasına bağlanmaktadır. Sevinç (2019) tarafından yapılan bir çalışmada, turistlerin ülke bazında dağılımı aşağıdaki gibidir: Bahreyn, Birleşik Arap Emirlikleri, Dubai, Irak, Katar, Kuveyt, Suudi Arabistan, Suriye, Umman, Ürdün ve diğer Körfez Ülkeleridir.

Çalışmanın sonucunda elde edilen veriler de Orta Doğu'dan gelen Arap turistlerin kendi yemeklerinin menü de yer almasını ve yemek tercihlerinde kendi ülkelerine ait yemeklerin istekleri arasında olduğu belirtilmektedir. Araştırmaya göre, Arapların yemek ve menü tercihlerine yönelik uyumlaştırma süreci, kültürel ve dini duyarlılıkları göz önünde bulundurularak şekillendirilmelidir. Trabzon ve çevresinde faaliyet gösteren hem yöresel mutfağın tanıtımını yaparken hem de Arapların damak zevkine hitap eden seçenekler sunarak müşteriye hitap edebilecek menüler oluşturulmalıdır. Menü içeriklerinin belirlenmesi, sunum teknikleri, helal gıda standartları, Arap kültürüne uygun yemek ve hizmetlerin kültürel beklentilere uygun şekilde uyarlanması gerekmektedir. Arapların damak zevkine hitap eden geleneksel lezzetlerin modern yorumlarla buluştuğu,

mevsimsel içeriklere yer verilmesi, sağlıklı ve organik seçeneklerin sunulması, yeni pişirme teknikleri kullanılması gibi birçok seçenek sunularak geliştirilmesi gerekmektedir. Bunun yanı sıra, müşteri odaklı inovasyon kapsamı kişiye özel yemek seçenekleri, hızlı servis sistemleri ve interaktif sipariş ekranları gibi misafirlerin isteklerini karşılamakta kolaylıklar sağlayan yeniliklerdir (Çavuşoğlu, 2023).

Yerel mutfak, bir destinasyonun kültürel mirasını yansıtan en önemli unsurlardan biridir. Araştırmaya göre, Trabzon'da faaliyet gösteren hem yöresel mutfağı tanıtmayı hem de turistlerin damak zevkine hitap eden menüler oluşturmayı hedeflemektedir. Özellikle Arap ülkelerinden gelen turistler, bölgedeki geleneksel lezzetlere büyük ilgi göstermekte, ancak aynı zamanda kendi mutfaklarına ait yemekleri menülerde görmek istemektedir. Bu doğrultuda, yerel mutfağın turizmde etkili bir pazarlama aracı olarak kullanılması hem destinasyonun tanıtımına katkı sağlamakta hem de restoran işletmeleri için ekonomik bir avantaj oluşturmaktadır. Araştırma ürünlerine göre, yerel mutfak ürünlerinin tanıtım ve pazarlama kampanyalarının entegre edilmesi, destinasyona ilginin artırmasını sağlamak gerekmektedir. Önerilen stratejiler dijital pazarlama aracının etkin kullanılması, farklı dillerde açıklamaların yapılması, festival ve gastronomi etkinliklerinin düzenlenmesi, turistlere yönelik mutfak atölyeleri ve interaktif yemek deneyimleri, yöresel yemeklerin sunumunda değişimler bölgede olan ilginin artmasına yardımcı olacaktır. Çalışmada araştırma bulguları dikkate alınarak geliştirilebilecek bazı öneriler şunlardır:

Sektöre Yönelik Öneriler

- Trabzon mutfağına ait kuymak, Akçaabat köftesi, Hamsiköy sütlacı, Karadeniz pidesi gibi lezzetler uluslararası pazarlarda tanıtılmalıdır.
- Gastronomi festivalleri ve etkinlikleri düzenlenmeli, bu etkinlik şefleri, sosyal medya fenomenleri ve turizm temsilcileri davet edilmelidir.
- Restoranlar, Arap kültürüne uygun menüler oluştururken yerel mutfağın orijinalliğini de bozulmadan devam ettirilmelidir.

- Instagram, YouTube ve Tik Tok gibi platformlarda Trabzon'un yerel mutfağına dair tanıtım videoları hazırlanmalıdır. Restoranlar, Google My Business ve TripAdvisor gibi platformlarda görünümünün artırılması, yapılan yorumların özel kampanyalar uygulanıp ilgi çekici hale getirilmelidir. Çok dilli dijital menüler (Arapça, İngilizce, Türkçe) hazırlanmalı, QR kodlu interaktif içerikler sunulmalıdır.

- Yaz turizmine ek olarak kış turizmi geliştirilmeli, kayak ve doğa aktiviteleri desteklenmelidir. Trabzon'un gastronomi turizmi dört mevsime göre değişebilir, özel kış menüleri hazırlanmalıdır. Bu önerilerin hayata geçmesi, Trabzon'un turizm gelirlerini artırmasına, bölgenin uluslararası tanınırlığının artmasına ve gastronomi turizmini daha sürdürülebilir hale getirmesine katkı sağlayacaktır.

Akademik Öneriler

- Üniversiteler ile restoran işletmeleri arasında ortak çalışma yapılmalıdır. Turizm için saha araştırmaları, staj programları ve uygulamalı projeler geliştirilmeli, dolayısıyla akademik bilgiler pratiğe dökülmelidir. Yerel yönetim ve turizm dernekleriyle iş birliği içinde, akademik genişlemenin nasıl yararlanılabileceği araştırılmalıdır.

- Arapların gastronomi tercihleri üzerine daha kapsamlı bir inceleme yapılmalıdır. Helal turizm ve gastronomi ilişkisi üzerine sektöre rehberlik gelecekte akademik çalışmaların desteklenmesi gerekmektedir. Trabzon ilinin yöresel yemekleri ve yerel restoranların üzerine çalışmalar yapılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Akarçay, E. ve Suğur, N. (2015). Dışarıda Yemek: Eskişehir’de Yeni Orta Sınıfın Fast-Food Yeme-İçme Örüntüleri. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 18(1): 1-29. <https://doi.org/10.18490/Sad.19085>.
- Akay, A. (2012) *Restoran Yöneticilerinin Menü Planlaması ve Analizi Konusuna Yaklaşımları Üzerine Bir Araştırma*. [Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi]. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akbaba, A ve Çetinkaya, N., (2018). Gastronomi ve Yiyecek Tarihi. N. Çetinkaya (Ed.), *Tarihi Çağlar (s.106-124)*. Detay Yayıncılık.
- Akbaba, A ve Çetinkaya, N., (2018). Gastronomi ve Yiyecek Tarihi. Ö, Yıldız (Ed.), *Yiyecek, Kültür, ve Turizm İlişkisi (35-89)*. Detay Yayıncılık.
- Akçabaat Köftesi: <https://www.akcaabat.bel.tr/fck-sayfalar.aspx?id=12> (Erişim Tarihi:01.11.2024).
- Akdeniz, D. (2019). Resim Sanatıyla Restoran Tarihinin İzinde. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*. 3(2): 347-365
- Akın, G., Özkoçak, V., ve Gültekin, T. (2015). Geçmişten Günümüze Geleneksel Anadolu Mutfak Kültürünün Gelişimi. *Antropoloji*. (30): 33-52. https://doi.org/10.1501/Antro_0000000319
- Akkaya, F., ve Sezgin, M. (2015). Doğu Karadeniz Bölgesinde Arap Turizmi-Mevcut Durum ve Gelişme Stratejisi Raporu. *Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı (DOKA)*. Trabzon: DOKA, 1, 2021.
- Aksoy, M. ve Üner, E. H. (2016). Rafine Mutfağın Doğuşu ve Rafine Mutfağı Şekillendiren Yenilikçi Mutfak Akımlarının Yiyecek İçecek İşletmelerine Etkileri. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(6): 1-17.

- Aksoy, M., ve Çetin, K. (2018). Çatalhöyük Mutfak Yapıları ve Araç-Gereçlerinin 21. Yüzyıl Mutfak Kültürüne Yansımaları. *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies*, 6(1): 125-141.
- Aktaş Alan, A. ve Suna, B. (2019). Gastronomi Şehri “Gaziantep’te” Menü Planlama Uygulamalarına Güncel Bakış. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (2): 1328-1343.
- Aktaş, A. (2001). *Ağırlama Hizmet İşletmelerinde Yiyecek ve İçecek Yönetimi* (1 Baskı). Detay Yayıncılık.
- Aktaş, G. (2008). *Türkiye Turizm Coğrafyası* (1. Baskı). Detay Yayıncılık.
- Alabacak, C. H. (2018). Türk mutfak kültüründeki geleneksel yemeklerin bilinirliği: Ankara ili örneği [Yayınlanmamış, Yüksek Lisans Tezi], Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Albala, K. (Ed.). (2011). *Food Cultures of the World Encyclopedia*.
- Ali, A., Arifin, Z., ve Hasi, M. (2012). The challenges of tourism in the countries of the Arab Spring Revolutions. *Advances in Natural and Applied Sciences*, 6(7): 1162-1171.
- Alpargu, M, (2008). 12. Yüzyıla Kadar İç Asya’da Türk Mutfak Kültürü. Ed. Arif Bilgin ve Özge Samancı, Türk Mutfağı. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Altınel, H., (2009). *Gastronomide Menü Yönetimi*. [Yayınlanmamış/ Yüksek Lisans Tezi]. Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Argıllı, E (2005). *Elif’in Mutfağından Ağzınıza Layık 400 Tarif* (1. Baskı). Omega Yayınları.
- Ariffin, A. A. M., Ve Hasim, M. S. (2009). Marketing Malaysia To The Middle East Tourists: Towards A Preferred İnter-Regional Destinations. *International Journal Of West Asian Studies*, (1): 39-53.
- Arseven, C. E., (1978). *Türk Sanatı ve Kültürü*. İletişim Yayınları.

Aslan, C., (2005). *Fellahlar'ın Sosyolojisi* (4. Baskı). Karahan Kitabevi.

Aslan, C., (2005). *Fellahlar'ın Sosyolojisi*, Karahan Kitabevi.

Aslan, Z., Güneren, E. ve Çoban, G. (2014). Destinasyon Markalaşma Sürecinde Yöresel Mutfağın Rolü Nevşehir Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 2 (4):3-13.

Atılan, M. (2008). *Adana'da Toplu Beslenme Yapılan Bazı Kurumların Menülerinin Değerlendirilmesi ve Tüketici Görüşlerinin Belirlenmesi*. [Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi]. Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Atila, H.B., (2014), *Arap Ülkelerinde Çıkan İsyenların İncelenmesi*, [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Yıldız Teknik Üniversitesi- Fen Bilimleri Enstitüsü.

Avşar, M. ve Tandoğan, G. K., (2022). Karekod (Qr Kod) menü kullanan restoran işletmeleri üzerine bir araştırma: Amasya örneği. *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(7): 858-869.

Ay, Ş. ve Şahin, K., (2014). Eski Yakınoğu'nda Yemek Simgeselliği Üzerine Bir Değerlendirme. *Uluslararası Tarih Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (12).

Aydoğdu, A. ve Mızrak, M. (2017). Yöresel Yemeklerin Sürdürülebilirliğinde Standart Reçetelendirmenin Önemi: Kastamonu Mutfağı Örneği-The Importance Of Standardized Recipes On Sustainability Of Local Foods: A Case Study From Kastamonu Cuisine. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(20): 366-394.

Bahçeci, V. (2015). *Restoranların menü planlaması, fiyatlandırması ve analizi üzerine yaklaşımları: İzmir ilinde bir araştırma* [Yayınlanmamış Yüksek lisans], İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi.

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

- Bashir, I., Naik, J., ve Madhavaiah, C. (2013). Potential business applications of Quick Response (QR) codes. *Prajnān*, 41(4):354-366.
- Başat, H. T., Sandıkçı, M. ve Çelik, S. (2017). Gastronomik Kimlik Oluşturmada Yöresel Ürünlerin Rolü: Ürünlerin Satış ve Pazarlanmasına Yönelik Bir Örnek Olay İncelemesi. *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2): 67-76.
- Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı. (Kasım 2013). Körfez Turizm Pazarına Giriş Stratejileri. <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/assets/upload/dosyalar/32034768862650korfez-turizm-stratejileri.pdf> erişim tarihi:15.11.2024.
- Bayrak, T. Ve Taşpınar, S., (2021). Pandemi Döneminde Temassız Teknolojilerin Kullanılması Üzerine Bir Araştırma: Qr Kod Örneği. *Communication And Technology Congress*. DOI: 10.17932/CTC.2021/ctc21.086
- Bekdemir, Ü., ve Özdemir, Ü. (2011). Doğu Karadeniz Bölümünde Gelişmekte Olan yayla Turizm Merkezlerine Bir Örnek:Bektaş Yaylası. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 7(7): 9-35.
- Belge, M. (2013) Tarih Boyunca Yemek Kültürü, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Berik, N., Ve Kahraman, D. 2009. “Asma Yaprağında Sardalya Balığı”. II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 27-29 Mayıs 2009, (ss. 212-215).
- Beşirli, H. (2010). Yemek, kültür ve kimlik. *Millî folklor*, 22(87):159-169.
- Bilgin, A. ve Özge S. (2008). *Türk Mutfağı*, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Bilgin, A., 2000, Osmanlı Sarayının İâşesi (1489-1650), [Yayınlanmamış Doktora Tezi], Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bingöl, R., (2007): Restoran İşletmeciliği, Timaş Yayınları, İstanbul.
- Bingöl, S., ve Çakır, P. G. (2020). Van Gölü Kıyılarını Ziyaret Eden Kırsal Turistlerin Özellikleri. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(1): 106-120.

- Bogenç, B. (2018). *Trabzon'a gelen Arap turistlerin tüketici davranışlarını belirlemeye yönelik bir araştırma*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Trabzon; KTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Bolat, T. (1995). *Yiyecek İçecek İşletmelerinde Menü Planlaması ve Fiyatlandırma*. [Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi]. Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı.
- Briggs, A. (2007). Kültür. *Milli Folklor Dergisi* (çev: S. Kebeli), 19 (74): 99-103.
- Bucak, T., ve Turan, Ö. (2024). Restoranlarda Hizmet Kalitesinin Misafir Memnuniyetine Etkisi: Çanakkale Merkezinde Bir Araştırma. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 8(49), 287-304.
- Bulut, N. D., ve Daşdemir, (2022). İ. Trabzon İli Orman Rekreasyon Bölgelerini Kullanan Arap Turistlerin Tüketici Profili ve Rekreasyonel Talep Yapısı. *Turkish Journal Of Forestry*, 23(2): 116-127.
- Bulut, N. D., ve Daşdemir, İ. Trabzon İli Orman Rekreasyon Bölgelerini Kullanan Arap Turistlerin Tüketici Profili ve Rekreasyonel Talep Yapısı. *Turkish Journal Of Forestry*, 23(2): 116-127.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2017). Bilimsel araştırma yöntemleri. Pegem Akademi.
- Cesur, E. (2017). *Yerli turistlerin Doğu Karadeniz mutfağına ilişkin görüşleri* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Cesur, E. ve Çeken, H. (2021). Trabzon Yerel Halkının Turizm Algısında Turist Profiline Rolü: Arap Turist Profili. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(46-1): 1313-1331. <https://doi.org/10.31795/baunsobed.1022381>

- Cesur, E., ve Avcıkurt, C. (2018). Kırsal Turizm Bölgelerini Ziyaret Eden Turistlerin Bölge Mutfağına Yönelik Görüşleri: Doğu Karadeniz Mutfağı. *International Journal Of Social And Economic Sciences*, 8(1): 22-32.
- Chen, Chwen Chwen vd. (2014), “The Gulf Cooperation Council (GCC) Source Market Report”, Observatoire Valaisan Du Tourisme, 1-62. (<https://www.tourob.ch/media/5zentqa5/gcc-source-market-report-ovt-2014.pdf>). (Erişim Tarihi: 17.11.2024)
- Cömert, M. ve Keleş, G. (2018). Yönetim Fonksiyonları Çerçevesinde Menü Yönetiminin Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 6 (Special Issue 3): 323-341.
- Çataklı, S. (2021). *Gastronomi turizminin destinasyon markalaşmasına etkisi: Trabzon ilinde bir araştırma* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi).
- Çavuş, A. (2014). Trabzon’da Doğa Turizmi Açısından Değerlendirilmesi Gereken Turistik Bir Alan: Sera Gölü. *Türk Coğrafya Dergisi*, (63): 43-50.
- Çavuş, A. ve Altaş, N. T. (2010). Trabzon’da Gelişmekte Olan Bir Turizm Merkezi: Kayabaşı Yaylası. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 15(23): 203-222.
- Çavuş, A., Işık, M. F., ve Yalçın, C. (2018). Gastronomi turizmi çekiciliği açısından Zigana yöresi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(3), 3071-3085.
- Çavuşoğlu, M. (2023). Gastronomi Turizmine İnovatif Bir Model Önerisi: Yavaş Şehir Gökçeada’da Akıllı Yöresel Restoranlar. *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 7(14): 91-108.
- Çekal, N. ve Doğan, E. (2022). Sürdürülebilir Gastronomide Standart Reçete ve Coğrafi İşaretlerin Önemi. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 4(1): 49-60.

- Çeken, H., Yılmaz, G. Ö., ve Ertürk, N. (2018). Arap Ülkelerinden Gelen Turistlerin Etkilerine Yönelik Yerel Halkın Algısı: Sapanca Örneği. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(1): 401-414.
- Çınar, S. (2004). *Turizm İşletme Belgeli Yiyecek İçecek İşletmelerinde Menü Planlama ve Fiyatlandırma: İstanbul Örneği* [Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi]. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çokışler, N. ve Türker, A. (2015). Doğu Karadeniz Bölgesinin Yerli Turist Profili ve Pazar Bölümlendirmede Kullanımı. *Karadeniz Araştırmaları* (44): 33–57.
- Dede, A. Y. (2011). The Arab Uprisings: Debating the Turkish Model. *Insight Turkey*, 13(2): 23-32.
- Denizer, D. (2005). Yiyecek ve İçecek Yönetimi. Detay Yayıncılık.
- Dilsiz, B. (2010). *Türkiyede Gastronomi ve Turizm (İstanbul örneği)*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
- Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı. (2015). Doğu Karadeniz Bölgesinde Arap turizmi: Mevcut Durum ve Geliştirme Stratejisi Raporu. Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı. <https://www.doka.org.tr/dosyalar/editor/files/dogu-karadeniz-bolgesinde-arap-turizmi-mevcut-durum-analizi-ve-gelisme-stratejisi.pdf> (Erişim Tarihi: 14.10.2024)
- Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı. (2015). Doğu Karadeniz Bölgesinde Arap turizmi: Mevcut durum ve geliştirme stratejisi raporu. Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı. <https://www.doka.org.tr/dosyalar/editor/files/dogu-karadeniz-bolgesinde-arap-turizmi-mevcut-durum-analizi-ve-gelisme-stratejisi.pdf> (Erişim Tarihi:14.10.2024)
- DOKAP Bölgesi Uluslararası Turizm Sempozyumu (2017). *Trabzon'da Turizm Farkındalığının Yerel Basın Üzerinden İncelenmesi*. Yılmaz, M., ve Parlak, A. B. (Ed.) s. (109-121). Karadeniz Teknik Üniversitesi Matbaası.

- Dost, E. (2018). Kültürel Değişim Bağlamında Trabzon-Şalpazarı Çepni Mutfağı. *Studies Of The Ottoman Domain (Osmanlı Hakimiyet Sahası Çalışmaları)*, 8(14): 158-178.
- Duran, H., ve zdemir, Ç. (2014). Türk Dış Politikasına Yansımalarıyla Arap Baharı. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 7(2): 181-198.
- Dursun, D. (2005). Ortadoğunun Ekonomik, Sosyal ve Siyasi Yapı zellikleri zerine Genel Tespitler. In *Journal of Social Policy Conferences*. 50: 1231-1274.
- Düzgün, E. ve demiş, M. (2020). Arap Turistlerin Doğu Karadeniz Bölgesi'ne Ekonomik Katkılarını Belirlemeye Yönelik Betimsel Bir Araştırma. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1): 109-123. <https://doi.org/10.21547/jss.617614>
- Düzgün, E. ve zkaya, F. D. (2015). Mezopotamya'dan günümüze mutfak kültürü. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 3(1): 41-47.
- Düzgün, E., ve demiş, M. (2020). Arap Turistlerin Doğu Karadeniz Bölgesi'ne Ekonomik Katkılarını Belirlemeye Yönelik Betimsel Bir Araştırma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19(1): 109-123.
- Eker, G. . (2018). Farklı Görme Biçimiyle Modern Dünya Ritüeli Olarak Yemek Kültürü: Sınanma/Erginlenme ve İntikam Alma Gizli İşlevleri. *Milli Folklor*, 30(120).
- Ekinci, N. (2010). Otel İşletmelerinde Menü Planlaması, Menü Fiyatlandırma Yöntemleri
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, kültür ve turizm: kültürel turizm. *Ege coğrafya dergisi*, 15(1-2): 51-59.
- Ertaş, Y., ve Gezmen-Karadağ, M. (2013). Sağlıklı beslenmede Türk mutfak kültürünün yeri. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(1): 117-136.
- Eryılmaz, B. (2020). Turisti tanımak: Yerli turist profili üzerine bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3): 2327-2342.

- Eryılmaz, B. (2020). Turisti Tanımak: Yerli Turist Profili Üzerine Bir Araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3): 2327-2342. 10.26677/TR1010.2020.483
- Evliyaoğlu, G., ve Keskin, E. (2023). Kapadokya Bölgesindeki Şeflerin Füzyon Mutfak Bilgi Düzeyleri ve Kullanım Sıklıkları Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(4): 3475-3490.
- Freedman, P. (2007). Yemek Damak Tadının Tarihi. İstanbul. Oğlak Güzel Kitaplar
- Fumey, G. ve Etcheverria O. (2007) Dünya Mutfakları Atlası. Asurlularda İlk Yemekler, Doğu yayınları
- Gheorghe, G. ve Bulin, D. (2014). Cuisine-A Regional Tourism Differentiation Tool. *Knowledge Horizons. Economics*, 6(2): 194.
- Gisslen, W. (2011). *Professional Cooking*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Göde, G., Kayaardı, S., Uyarcan, M., Ve Söbeli, C. (2021). Tarihin Gelişim Sürecinde Türk Yemek Kültürü ve Beslenme Alışkanlıklarının Değişimi. *Food And Health*, 7(3): 216-226. <https://doi.org/10.3153/FH21023>
- Göde, M. Ö. (2023). Restoran Tüketicilerinin Dijital Menü Deneyimine Yönelik Görüşleri (Restaurant Consumers' Opinions on The Digital Menu Experience). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(3): 2153-2170.
- Gökdemir, A. (2009). *Mutfak Hizmetleri Yönetimi*. Detay Yayıncılık.
- Göker, G. (2011). Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi (Balıkesir İli Örneği). [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Grötzbach, E. (1984). Spatial Structure And Development Prospects Of Tourism In The Black Sea Region Of Turkey. *Ege Coğrafya Dergisi*, 2(1): 198–209.
- Güdük, T. (2016). *Birinci Sınıf Restoranların Web Sitelerinin Tasarım Ve Pazarlama Faaliyetleri Açısından Değerlendirilmesi* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.

- Güldemir, O. (2014). Orta Asya'dan Cumhuriyet Dönemine Türk Mutfağındaki Yemeklerin Değişimi: Yazılı Kaynaklar Üzerinden Bir Değerlendirme. VII. *Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*, 346(358): 04-05.
- Güler S ve Olgaç S. Lisans Düzeyinde Eğitim Gören Öğrencilerin Türk Mutfağının Tanıtım ve Pazarlanmasına İlişkin Görüşleri (Anadolu Üniversitesi Turizm Ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu Örneği). *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 28: 227-238.
- Gürdal, M. (2014). Türkiye turizm coğrafyası: Profesyonel Turist Rehberi ve Gezi Kılavuzu. (2. Baskı). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Gürhan, N. (2017). Yemek ve Din: Yemeğin Dini Simgesel Anlamları Üzerine Bir İnceleme. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(2): 1204-1223.
- Güripek, E. (2018). Hizmet Kalitesi Algısının Belirlenmesine Yönelik Yiyecek İçecek İşletmelerinde Bir Uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(4): 996-1013.
- Hacıoğlu, N., & Saylan, U. (2014). Arap Baharı'nın Turizme Yansımaları: Arap Ülkeleri ve Türkiye. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(32): 55-80.
- Hayta, Y. (2016). Kent kültürü ve değişen kent kavramı. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2):165-184.
- Hazarhun, E., ve Yılmaz, Ö. D. (2020). Restoranlarda Dijital Dönüşüm: Touch Restoran Örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 4(3): 384-399. <https://doi.org/10.32958/gastoria.803143>
- Holat Z.B., Kozan H.İ., Sarıçoban C., Yılmaz, M.T. (2012). “Kırım'dan Eskişehir'e Geleneksel Lezzet: Çibörek”. III. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 10-12 Mayıs 2012: 341-342.
- <https://www.duybunu.com.tr>: (erişim tarihi:01.11.2024).
- <https://www.kulturportali.gov.tr>: (Erişim tarihi:16.10.2024)

<https://www.mta.gov.tr/>: (Erişim tarihi:16.10.2024)

<https://www.mynet.com/>: (Erişim tarihi:16.10.2024)

<https://www.ttso.org.tr/icerik/73/turizm/> (Erişim tarihi:16.10.2024)

<https://www.vakfikebir.bel.tr> (Erişim tarihi:16.10.2024)

<https://yemek.com/dunyanin-ilk-restorani> (Erişim tarihi:16.10.2024)

<https://yemek.com/tarif/hamsi-tava/> (Erişim tarihi:16.10.2024)

<https://yemeksozluk.com/kuymak/> (Erişim tarihi:16.10.2024)

Işın, P. M. (2014), Osmanlı Mutfak İmparatorluğu, İstanbul: Kitap Yayınevi.

İyitoğlu, V. (2016). *Menü Analizinde Zaman Etkenli Faaliyet Tabanlı Maliyetleme ve veri Zarflama Analizinin Birlikte Kullanılması: Lüks Bir Restoran İşletmesinde Uygulama*. [Yayınlanmamış Doktora Tezi]: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Karaca, O. B. ve Karacaoğlu, S. (2016). Kültür, Din ve Yemek Etkileşimi Çerçevesinde Arap Mutfağının Kavramsal Olarak İncelenmesi: Adana İli Örneği. Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(2): 561-584.
<https://doi.org/10.17218/hititsosbil.280805>

Karaca, O. B., Yıldırım, O. ve Çakıcı, A. C. (2015). Girit Yemek Kültürü ve Sürdürülebilirliği. *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies*, 3(1): 3-13.

Karakaş, A., ve Şahin, N. (2019). Trabzon otellerinin helal turizm açısından incelenmesi.

Karasar, N. (2016). Bilimsel Araştırma Yöntemleri Kavramlar İlkeler Teknikler Nobel Akademik Yayıncılık.

Kasap, M., Yıldırım, E., ve Akbulut, C. (2019). Trabzon Bölgesini Ziyaret Eden Yabancı Müslüman Turistlerin Helal Turizme Bakış Açıları. *Proceedings Books*, 90.

- Kasar, H. (2021). Türk Mutfak Kültürü Evreleri ve Mutfak Sentezinin İncelenmesi. *Journal Of Humanities And Tourism Research*, 11(2): 359-378.
- Kaya, M. C. ve Kaya, E. (2023). Uzungöl'ün Turistik Çekim Unsurları Yönelik Çevrimiçi Ziyaretçi Yorumlarının Analizi. *International Journal Of Tourism And Destination Studies*, 2(1): 43-57.
- Keşkekci, D. ve Gençer, K. (2023). Yiyecek İçecek İşletmelerinde Dijital Dönüşüm. *Journal Of Travel And Tourism Research*, 22(22): 116-130.
- Kılıç, S. ve Albayrak, A. (2012). İslamiyet'ten Önce Türklerde Yiyecek ve İçecekler. *Turkish Studies*, 7(2):708-716
- Kıstak, D. (2012). Yemek sosyolojisi. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 2(2): 281-284.
- Kızıldemir, Ö. ve Hülağa Kaderoğlu, G. (2021). Yiyecek İçecek İşletmelerindeki Menü Tasarımlarının Sürdürülebilirlik Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal Of Tourism Intelligence And Smartness*, 4(2): 296-322.
- Kızıldemir, Ö., Öztürk, E., Ve Sarıışık, M. (2014). Türk Mutfak Kültürünün Tarihsel Gelişiminde Yaşanan Değişimler. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(3): 191-210.
- Kızıldemir, Ö., Öztürk, E., ve Sarıışık, M. (2017). Cumhuriyet Dönemi Türk Mutfak Kültürünün Özellikleri ve Yaşanan Değişimler. *VI. Ulusal II. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*.
- Kızılırmak, İ., Albayrak, A., ve Küçükali, S. (2014). Yöresel Mutfağın Kırsal Turizm İşletmelerinde Uygulanması: Uzungöl Örneği. *International Journal Of Social And Economic Sciences*, 4(1): 75-83.
- Kızılırmak, İ., Albayrak, A., ve Küçükali, S. (2014). Yöresel Mutfağın Kırsal Turizm İşletmelerinde Uygulanması: Uzungöl Örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 4(1): 75-83.

- Kim, Y. G., Eves, A. ve Scarles, C. (2013). Empirical Verification Of A Conceptual Model Of Local Food Consumption At A Tourist Destination. *International Journal Of Hospitality Management*, 33: 484-489.
- Kivela, J. (2004). Kontrol ve Deney Gruplarını Kullanarak Menü Planlamaya Yönelik Nitel Bir Yaklaşımın Sonuçları. *Gıda Hizmetleri İşletmeciliği Araştırmaları Dergisi*, 6 (4): 43–65. https://doi.org/10.1300/J369v06n04_03
- Koçak, N. (2004). Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi. Detay Yayıncılık.
- Koçak, N. (2009). Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi. Detay Yayıncılık.
- Korkmaz, E. (2010). Geçmişten günümüze restoranlar: Türkiye’de restorancılığın gelişimi. *V. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*, 120-130.
- Kotler, P., J. Bowen ve J. Makens. (1999). Marketing for Hospitality and Tourism, Upper Saddle River, NY: Prentice Hall, s. 124.
- Közleme, O. (2012). Türk Mutfak Kültürü ve Din. Rağbet Yayıncılık.
- Közleme, O. (2013). Türk Mutfak Kültüründe Siyasi, Sosyal ve Dini Sembolizm. *Toplum Bilimleri Dergisi*, 7 (14): 387-395.
- Kwong, LYL (2005). Asya Restoranlarında Menü Mühendisliği ve Tasarımının Uygulanması. *Uluslararası Misafirperverlik Yönetimi Dergisi*, 24 (1): 91-106.
- Maviş, F. (2005). Menü Planlama Tekniği. Anadolu Üniversitesi Yayınları
- Mazman İtik, Ülkü (2008), Türkiye’nin Ortadoğu Ülkeleri İle Ekonomik ve Ticari İlişkileri Üzerine Bir Değerlendirme, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Cumhuriyet Üniversitesi- Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- McVety, P., Ware ve B.J., Ware, C.L. (2008). *Fundamentals of Menu Planning*. New
- Mengü, C. (2012). Türkiye-Arap Dünyası Turizm İlişkilerinde Durum Ve Beklentiler. *Ortadoğu Analiz*, 4(42): 21-35.

- Mengü, C., (2008). Ortadoğu Turizm Pazarının Türkiye Açısından Analizi. [Yayınlanmamış Doktora Tezi]: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Met, Ö. ve Oktay, K. (2011). Fiyatlandırmada Etkili ve Güncel Bir Yaklaşım Olarak Müşteri Odaklı Fiyatlandırma Stratejisi Üzerine Kuramsal Bir İnceleme. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2): 57-75.
- Mil, B., Sanat, İ. K. Ü., Gastronomi, T. F., & Tezel, M. (2019). A La Carte Restoranlarda Menü Planlama ve Fiyatlandırma Yöntemleri İstanbul İlinde Bir Araştırma. *Nevşehir Hbv Üniversitesi Turizm fakültesi*, 206.
- Murat, A., Gezen, A. ve Özcan, S. (2017). Turistlerin Yöresel Mutfak Tercihleri İle İlgili Bir Araştırma: Bozcaada Örneği. *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies*, 5,125-137.
- Murat, E. ve Ergen, F. D. (2022). Yiyecek ve İçecek İşletmelerinin Menülerinde Coğrafi İşaretli Ürünlerin Yeri ve Gastronomi Turizminde Önemi: Uzungöl Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 553-569.
- Nguyen, P. (2019) *Creating A Menu & Service Con-cept*. (Bachelor's Thesis) Finlandiya: Laurea University of Applied Sciences Abstract Degree Programme in Restaurant Entrepreneurship Creating A Menu ve Service Concept.
- Nguyen, T. H. Y. (2022). (Bachelor's Thesis) *Brunch Menu Planning for Mekong Restaurant*. Haaga-Helia University of Applied Sciences Degree in Hospitality, Tourism and Experience Management.
- Ninemeier, J.D. (1991) *Management of Food and Beverage Operations*. Softcover, Amer
- Oğuz, E. S. (2011). Toplum bilimlerinde kültür kavramı. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 28(2).
- Okumus, B., Okumus, F. ve McKercher, B. (2007). Incorporatin Local and International Cuisines in The Marketing of Tourism Destinations: *The Cases of Hong Kong and Turkey*. *Tourism Management*, 28, 253–261.

Oral, M. Z. (1957). Selçuk Devri Yemekleri. *Türk Etnografya Dergisi*, (53): 29-34.

Otel İşletmelerinde Menü Planlaması, Menü Fiyatlandırma Yöntemleri ve İstanbul Sürmeli Otel Uygulaması. [Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi]. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ozdemir, B. ve Caliskan, O. (2014). A review of literature on restaurant menus: Specifying the managerial issues. *International Journal of gastronomy and food science*, 2(1), 3-13. (<https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2013.12.001>).

Öksüz, M. (2005). Kuruluşundan 19. Yüzyıla Kadar Trabzon Tarihine Kısa Bir Bakış I. *Karadeniz Araştırmaları*, 5(5): 11-25.

Özdemir, B ve Nebioğlu, O. (2018) *Use Of Menu Design Techniques: Evidences From Menu Cards Of Restaurants In Alanya* An International Journal of Akdeniz University Tourism Faculty. 6(2): 205-277

Özgen, I. (2015). Menü Planlama. Beta Basım Yayım.

Özgen, L., Güllü, M., Kalın, A., ve Yılmaz, E. (2021). Türk mutfağında füzyon uygulamalarına yaklaşım ölçeğinin geçerlenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2): 1238-1257.

Özgöller, G. (2019). *Kırsal Turizm Kapsamında Arap Turistleri Trabzon'u Ziyarete Yönelten İtici ve Çekici Faktörlerin Ve Tatmin Düzeylerinin İncelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Öztaş, Kadir ve Karabulut Tahsin (2009), “Turistik Destinasyon Oluşturma Potansiyeli Açısından Göller Yöresinin önemi”. *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi*, 9 (12): 128-137

Öztaş, K ve Karabulut, T (2007). Turistik Destinasyon Oluşturma Potansiyeli Açısından Göller Yöresinin Önemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2007(1), 128-137.

- Öztürk, N. (2005). *Din ve Yemek Kültürü*. Çizgi Kitabevi.
- Paksoy, S. (1994). *Turizm pazarlaması ve Kapadokya bölgesindeki (Nevşehir yöresi) otel işletmelerinde pazarlama faaliyetleri* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi] Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı.
- 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.
- Reynolds, D., Merritt, E. A. ve Pinckney, S. (2005). Understanding menu psychology: An empirical investigation of menu design and consumer response. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 6(1): 1-9.
- Rızaoğlu, B. (1991). Menü Planlama ve Geliştirmenin Amaçları. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(4): 20-24.
- Rızaoğlu, B., ve Hançer, M., (2013). Menü ve Yönetim. (2 Baskı). Detay Yayıncılık.
- Saayman, M. (2001). Tourism marketing in South Africa. (2nd ed.) Potchefstroom: Institute for Tourism and Leisure Studies, s. 389.
- Sağır, A. (2012). Bir Yemek Sosyolojisi Denemesi Örneği Olarak Tokat Mutfağı. *Electronic Turkish Studies*, 7(4): 2675-2695.
- Salman, A., ve Hasim, M. S. (2012). Factors and competitiveness of Malaysia as a tourist destination: A study of outbound Middle East tourists. *Asian Social Science*, 8(12): 48.
- Samancı, Ö. (2008). İmparatorluğun Son Döneminde İstanbul ve Osmanlı Saray Mutfak Kültürü. İçinde A. Bilgin ve Ö. Samancı (Ed.), *Türk Mutfağı* (199-217). Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Samancı, Ö. (2016). “Cumhuriyet Döneminde Türk Mutfak Kültürü”. Dündar Arıkan, A(ed.). *Türk Mutfak Kültürü*. (86-106). Eskişehir Anadolu Üniversitesi Yayınları.

- Samancı, Ö. (2016a), 'Osmanlı Mutfağı' İçinde A. Bilgin ve S. Önçel (Editörler), Osmanlı Mutfağı, ss. 50-70, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Sarı, Y., ve Yıldırım, G. (2015). Türkiye Turizmi Bağlamında Ortadoğu Pazarı Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(1): 382-403.
- Sarı, Z. (1996). *Turizm Pazarlaması ve Malatya'daki Turistik Belgeli Konaklama İşletmelerindeki Turizm Pazarlaması Uygulamaları*. [Yayınlanmamış, Bilim Uzmanlığı Tezi], İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Sarioğlu, M. (2014). Fusion cuisine education and its relation with molecular gastronomy education (Comparative course content analysis). Online Submission, 5(3): 64-70.
- Sarışık, M., (2019). *Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi. E. Boğan ve M. Sarışık (Ed.), Gastronomi ve Menü Planma (s.239-258)*. Detay Yayıncılık
- Sarışık, M., (2019). *Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi. G. Özbay (Ed.), Dünya Mutfaqları ve Tarihi (s.1-35)*. Detay Yayıncılık.
- Scarpato, R., ve Daniele, R. (2003). New Global Cuisine: Tourism, Authenticity And Sense Of Place İn Postmodern Gastronomy. *Food Tourism Around The World: Development, Management And Markets*, 296-313.
- Seçim, Y. (2018). Selçuklu ve Osmanlı mutfağının gastronomi açısından değerlendirilmesi. *Journal of Tourism Theory and Research*, 4(2): 122-132.
- Sekban, D. Ü. G., Bekar, M. ve Acar, C. (2016). Trabzon İlinin Yayla Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi ve Farkındalık Yönünden İncelenmesi. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD)*, 3(1): 349-361.
- Sekban, D., Bekar, M., ve Acar, C. (2016). Trabzon İlinin Yayla Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi ve Farkındalık Yönünden İncelenmesi. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 3(1): 349-361.

- Selwood, J. (2004). The lure of food: Food as an attraction in destination marketing in Manitoba, Canada. In *Food tourism around the world* (pp. 178-191). Routledge.
- Sevinç, B. (2019). Uluslararası Ekonomi ve Kùltürlerarası Etkileşim Diyalektiğinde Arap Turist Anlatısını Çerçeveleyen Söylemler: Trabzon Örneği. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18(4): 1310-1333.
- Sevinç, B. (2019). Uluslararası Ekonomi ve Kùltürlerarası Etkileşim Diyalektiğinde Arap Turist Anlatısını Çerçeveleyen Söylemler: Trabzon Örneği. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18(4): 1310-1333.
- Seyitoğlu, F. ve Çalışkan, O. (2018). Akademik Disiplin Olarak Gastronomi: Kavramsal Bir Çalışma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(3): 523-537. <https://doi.org/10.24010/soid.417772>.
- Sezer, İ. (2017). Helal Turizm Açısından Konaklama Tesislerinin Değerlendirilmesi: Trabzon İli Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 7 (1): 34-43.
- Solmaz, F. (2018). *Kùltürel Etkileşimin Yeni Dünya'nın Keşfiyle Osmanlı Saray Mutfağı Özelinde Anadolu Yemek Kùltürüne Etkisi* (Yayınlanmamış, Yüksek Lisans), İstanbul Arel Üniversitesi.
- Solmaz, Y. ve Altınar, D. D. (2018). Türk mutfak kùltürü ve beslenme alışkanlıkları üzerine bir değerlendirme. *Safran Kùltür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3): 108-124.
- Sormaz, Ü. (2024). Yabancı Turistlerin Yöresel Ürün, Yemek Ve Restoranları Tercih Etme Nedenleri: Kırgızistan Örneği. *Safran Kùltür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(3): 479-492.
- Sormaz, Ü., Özata, E., ve Büşra, A. (2020). Tüketicilerin yöresel ürün, yemek ve restoranları tercih etme nedenleri: Trakya. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(1), 538-551.

- Sökmen A.(2023). Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi ve İşletmeciliği (9 Baskı). Detay Yayıncılık.
- Sökmen, A., (2011): *Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi ve İşletmeciliği*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Sümela Manastırı İnanç Turizmi Ayin Düzenleme: www.aa.com.tr/tr/gundem/sumela-manastirinda-10-ayin-gerceklestirildi/2968190 (Erişim Tarihi:10.11.2024).
- Sümela Manastırı inanç Turizmi: <https://muze.gov.tr>. (Erişim Tarihi:16.10.2024).
- Sürücüoğlu, M. S. (2001). Türk dünyasındaki bazı ülkelerin mutfak kültürleri üzerine bir
- Sürücüoğlu, M.S. ve Özçelik, A.Ö. (2005). Eski Türk Besinleri ve Yemekleri. *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar*, 12: 7-54.
- Sürücüoğlu, M.S., ve Özçelik, A.Ö. (2008). Türk Mutfak ve Beslenme Kültürünün Tarihsel Gelişimi, 38. İCANAS-Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi, (10-15 Eylül), s. 1289-1310.
- Şahin Perçin, N. ve Yiğit, S. (2020). Tripadvisor’da Yer Alan Yiyecek ve İçecek İşletmeleri Hakkındaki E-Şikâyetlerin Değerlendirilmesi: Kapadokya Bölgesi Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4): 2985-3001
- Şahin, Ş (2011). *Klasik Arap Edebiyatında Sofra Mizahı*, Emin Yayınları.
- Şarıışık, M., Çavuş, Ş. ve Karamustafa, K. (2019). Profesyonel Restoran Yönetimi. O. Özdoğan (Ed.), *Maliyet Kontrolü (s,253-293)*. Detay Yayıncılık.
- Şarıışık, M., Çavuş, Ş. ve Karamustafa, K. (2019). Profesyonel Restoran Yönetimi. E. Yıldız (Ed.) *Restoran İşletmelerine Giriş (s,19-37)*. Detay Yayıncılık.
- Şavkay, T. (2000) Osmanlı Mutfağı. (2. Baskı). İstanbul. Şekerbank Yayınları
- Şen, M. A. (2020). Gastronomi Turizmi Kapsamında Trabzon Mutfağına Özgü Bir Ürün “Kuymak”. *Karadeniz İncelemeleri Dergisi*, 15(29): 251-268.

- Şenel, Y. (2001), *Turizm Pazarlaması ve Turizm Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmelerin Karşılaşmış Oldukları Sorunlara İlişkin Nevşehir Bölgesi'nde Bir Uygulama*, [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Niğde Üniversitesi- Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şengül, S., ve Türkay, O. (2015). Bölge Restoran Menülerinin Belirlenmesinde “Yöresel Mutfaklar” Eğitiminin Kullanılması: Mudurnu Örneği. *Ejovoc Electronic Journal Of Vocational Colleges*, 5(5): 1-6.
- Şimşek, N., Soylu, A. G., ve Özkaya, F. (2020). Osmanlı İmparatorluğu'ndan İtibaren Anadolu ve Arap Yarımadası'nın Mutfak Etkileşimleri. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(3): 496-508.
- Şişman, B. (2010). Kültürel, Yapısal ve İşlevsel Açından Doğu Karadeniz'de Yaylacılık ve Yayla Şenlikleri: Hıdırnebi ve Kadırga Yaylaları Örneği. *Journal of International Social Research*, 3(1): 550-559.
- Tan, T. (2021). Digital Menu For Restaurants İn Finland As A Saas Web Application: Definition, Functionality, Feasibility [Bachelor's Thesis Degree Programme in Bite] . Haaga Helia University Of Applied Sciences.
- Tandoğan, V. ve Şahin, Ö. (2014). Yiyecek-içecek işletmelerinde standart reçetelerin ve hedef maliyetlemenin stratejik kararlarda kullanılmasına yönelik bir uygulama. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(1): 242.
- Taş, S. (2012). *Trabzon ve ekoturizm: yerli ziyaretçilerin yöreyi değerlendirmesine yönelik bir araştırma* [Yayınlanmamış, Yüksek Lisans Tezi]. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Taşpınar, O. (2011). *Menü Yönetimi Kapsamında Menü Mühendisliğinin Yiyecek – İçecek İşletmelerine Etkilerinin İncelenmesi: İstanbul'daki On İşletme Üzerine Bir Örnek Olay İncelemesi* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.

- Tekbalkan, Murat (2017). Yöresel Yemeklerin Bölge Turizmine Katkısı: Samsun Kaz Tiridi Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 5(4): 155-169.
- Tetik, Nuray (2006), *Türkiye’de Profesyonel Turist Rehberliği ve Müşterilerin Turist Rehberlerinden Beklentilerinin Analizi (Kuşadası Örneği)*, [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Balıkesir Üniversitesi- Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tezcan, B. (2000). *Osmanlı Sofrasında Yemek*. Literatür Yayıncılık.
- Trabzon coğrafi konumu: <https://trabzon.ktb.gov.tr/TR-212975/cografyasi.html> (Erişim Tarihi:16.10.2024).
- Trabzon İli Arazi Nitelikleri: <https://trabzon.tarimorman.gov.tr/Menu/32/Arazi-Durumu> (Erişim Tarihi:16.10.2024).
- Trabzon İli Tarla Ürünleri Üretim Alanları: <https://trabzon.tarimorman.gov.tr/> (Erişim Tarihi:16.10.2024).
- Trabzon İline Gelen Orta Doğulu ile İlgili Bilgiler: <https://basin.ktb.gov.tr/TR-362803/trabzon39da-2023-yilinda-1-milyon-319-bin-299-turist-konakladi.html> (Erişim Tarihi:15.11.2024).
- Trabzon İline Gelen Orta Doğulu ile İlgili Bilgiler: www.tourismtoday.net: (Erişim Tarihi:15.11.2024).
- Trabzon İline Gelen Orta Doğulu ile İlgili Bilgiler: www.turizmajansi.com/ (Erişim Tarihi:15.11.2024).
- Trabzon İline Gelen Orta Doğulu ile İlgili Bilgiler: www.turizmnews.com/trabzon-u-11-ayda-kac-turist-ziyaret-etti/33811/?s=08 (Erişim Tarihi:15.11.2024).
- Trabzon İSM Raporu (2024). 2023 yılı faaliyet raporu. <https://dosyaism.saglik.gov.tr/> (Erişim Tarihi:16.11.2024).
- Trabzon Olta Balıkçılığı: <https://trabzon.tarimorman.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 10.10.2024).

Trabzon Tarihçesi: <https://trabzon.ktb.gov.tr/TR-212974/tarihcesi.html> (Erişim Tarihi:16.10.2024).

Trabzon Yayla Turizmi: <https://trabzon.ktb.gov.tr/>: (Erişim Tarihi: 16.10.2024).

Trabzon yöresel yemek resim: <http://www.trabzon.gov.tr/yoresel-yemeklerimiz>: Erişim Tarihi: 10.10.2024).

Trabzon’da gezilecek tarihi yerler: www.kulturportali.gov.tr: (Erişim Tarihi:16.10.2024)

Türk, A. E. ve Yılmaz, İ. (2023). Menü kartları ile dijital menülerin karşılaştırmalı incelenmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(2): 1433-1461.

Türkiye İstatistik kurumu Trabzon nüfus: <https://cip.tuik.gov.tr/> (Erişim tarihi:16.10.2024).

Uygun, H. (2014). *Yeni ürün geliştirme ve ortak pazarlama stratejisi: Trabzon Yöresel Turizm Destinasyonları Örneği* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans tezi]. Karadeniz Teknik Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / İşletme Ana Bilim Dalı.

Ünalın, İbrahim. Kültürlerarası İlişki Bağlamında Türk ve Arap Mutfak Kültürü. *Kültürlerarası İletişim Öğrenci Sempozyumu*. ed. Seda Özsoy. 58-69 Gümüşhane Üniversitesi Yayınları. Gümüşhane: Eser Ofset Matbaacılık, 2016

Üner, E. H. (2014). *Her şey Dahil Sistemde Türkiye Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ünlü, H., ve Erbaş, A. (2021). Trabzon’da otel yöneticilerinin eko turizm hakkındaki görüşleri. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 24(1): 142-160.

Ünver, A. S. (1982). Selçuklular, beylikler ve Osmanlılarda yemek usulleri ve vakitleri. Kültür ve Turizm Bakanlığı Mifad Yayınları.

- Verep, B., Şahin, C., Çiloğlu, E., ve İmamoğlu, H. O. (2010). Uzungöl'ün İklimi ve Çevresel Sorunları Üzerine Bir Çalışma. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 33(4): 353-358
- Yalcin, M. (2023). Türk Yemek Kültür Mirasının Coğrafyası, Kaynağı ve Evreleri. *Türk Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 8(2): 128-142.
- Yıldırğan, R., Bilgiçli, İ., Baysal, H. T., & Batman, O. (2020). Local people's perception of Halal tourism and Arab tourists: The case of Sapanca. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 15(3), 849-874.
- Yıldırım, A. (1999). Nitel araştırma yöntemlerinin temel özellikleri ve eğitim araştırmalarındaki yeri ve önemi. *Eğitim ve Bilim*, 23(112): 7-16.
- Yıldırım, M., (2023) Güncel Sosyal Bilimler Araştırmaları. Pala, K. (Ed.), *Cumhuriyetle Birlikte Anadolu Mutfak Kültüründe Yaşanan Değişim ve Gelişimin Değerlendirilmesi* (s, 63-75). Duvar Yayınları.
- Yıldız, A. (2009). *Arap Mutfağı* (1. Baskı) Ocak Yayıncılık.
- Yılmaz, Ö. (2020). Trabzon Yöresel Yemeklerinin Yerel Restoran Menülerinde Yer Alma Düzeyleri. *Bayburt Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 3(2): 122-130.
- Yılmaz, P. (2012). Menengiçten şuruba: Gaziantep'te içecek kültürü. *Folklor/Edebiyat*, 18(69), 25-39.
- Yurday, Y. İ. ve Kınır, S. (2019). İstanbul'da Bulunan Birinci Sınıf Restoranların Menülerinin Gastronomi Turizmi Kapsamında Karşılaştırmalı Analizi Üzerine Bir Araştırma: Tripadvisor Örneği. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(20): 318-341
- Zağralı, E., ve Akbaba, A. (2015). Turistlerin Destinasyon Seçiminde Yöresel Yemeklerin Rolü: İzmir Yarımadası'nı Ziyaret Eden Turistlerin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 10(40): 6633-6644.

Zaman, M., Şahin, İ. F. ve Birinci, S. (2011). Çal Mağarası (Düzköy-Trabzon) ve Çevresinin Ekoturizm Potansiyeli Açısından Önemi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 16(26): 1-23.

Zencir, E. (2017). Restoran Yönetimi Kavramlar ve Süreçler. (1. Baskı) Detay Yayıncılık.

Zengin, B., Yıldırğan, R., ve Bilgiçli, İ. (2014). Sakarya'ya Gelen Ortadoğu Kökenli Turistlerin Talep Profiline Yönelik Bir Araştırma. XIII. Geleneksel Turizm Paneli, Nisan, 1.



ÖZGEÇMİŞ



