

Gastronomi Turizmi Gelişmişlik Düzeyi: Trabzon'a Yönelik Bir Araştırma

Murat ÖDEMiŞ

Gümüşhane Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

mrodemis@gmail.com

ORCID: 0000-0003-3636-8344

Geliş tarihi / Received: 28.12.2023

Kabul tarihi / Accepted: 14.02.2024

Öz

Araştırmanın temel amacı, Trabzon'da yaşayan yerel halkın görüşlerine dayanılarak ilin gastronomi turizmi açısından gelişmişlik düzeyini ortaya koymaktır. Araştırmanın verileri anketle toplanmış olup, araştırmanın örneklem grubunu Trabzon yerel halkı oluşturmaktadır. Veri toplama sürecinde elde edilen verilerin geçerliliği ve güvenilirliği değerlendirildikten sonra, hipotezleri test etmek amacıyla mevcut veriler üzerinde ANOVA Testi, T-Testi, korelasyon ve regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, verilerin ortalamasının genel olarak üçe yakın olması nedeniyle, Trabzon'un gastronomi turizmi gelişmişlik düzeyinin katılımcılar tarafından vasat yani ortalama düzeyde değerlendirildiği tespit edilmiştir. Ayrıca araştırmada, test edilen bazı hipotezler de (H_{1a} , H_{2a} , H_{2c} , H_{6a} , H_{2f} , H_{3b} , H_{3e} , H_{4b} , H_7 , H_8 , H_9 ve H_{10}) kabul görmüştür. Sonuç olarak araştırmada, Trabzon'un gastronomi turizminde henüz tam olarak gelişim gösteremediği, ancak ilin gelişim potansiyelinin yüksek olduğu belirlenmiştir.

Anahtar kelimeler: Gastronomi, turizm, gastronomi turizmi gelişmişliği, Trabzon.

Gastronomy Tourism Development Level: A Research on Trabzon

Abstract

The main purpose of the research is to reveal the level of development of the province in terms of gastronomy tourism based on the opinions of the local people living in Trabzon. The data of the research were collected by questionnaire and the sample group of the research consists of the local people of Trabzon. After evaluating the validity and reliability of the data obtained during the data collection process, ANOVA Test, T-Test, correlation and regression analyses were performed on the existing data in order to test the hypotheses. In the research, since the average of the data is generally close to three, it was determined that Trabzon's gastronomy tourism development level was evaluated by the participants at an average level. In addition, some of the tested hypotheses (H_{1a} , H_{2a} , H_{2c} , H_{6a} , H_{2f} , H_{3b} , H_{3e} , H_{4b} , H_7 , H_8 , H_9 and H_{10}) were accepted. As a result, it was determined in the research that Trabzon has not yet fully developed in gastronomy tourism, but the development potential of the province is high.

Keywords: *Gastronomy, tourism, gastronomy tourism development, Trabzon.*

Giriş

Destinasyonlar yoğun rekabet ortamında ayakta kalabilmek için, gelişim süreçlerinde turistlere birey olarak değer katacak stratejiler geliştirmektedir. Destinasyonların dikkat çekici ve özgün yönlerinin öne çıkarılarak, bu yönlerine yönelik turizm rotalarının belirlenmesi ve turistlerin doğrudan katılımını destekleyen kaliteli seyahat deneyimlerinin tasarlanması oldukça önemlidir. Gastronomi turizmi de, hazcı düşünceye sahip turistlere hitap eden ve turistlerin seyahat deneyimine doğrudan katılımını destekleyen bir turizm türü olarak dikkat çekmektedir (Yentür ve Demir, 2022). Günümüzde turistlerin, ziyaret ettikleri destinasyonun yöresel mutfağına ve otantik yaşam kültürüne çok daha fazla ilgi göstermeye başladıkları ve yörenin mutfak kültürünü yöre insanı gibi yaşayarak öğrenme ve deneyimleme arzusu içinde oldukları görülmektedir (Kivela ve Crotts, 2005). Bunun doğrudan sonucu olarak gastronomi, günümüzde destinasyonları tanıtmının ve güçlendirmenin temel yollarından birisine dönüşmüş durumdadır (Mora vd., 2021; Valverde-Roda vd., 2022). Yerel kültürün otantik yönlerini yansıtmakta

olan gastronomi, destinasyonların benzersiz ve çekiciliği yüksek turizm ürünleri arasında yer alması nedeniyle, günümüzde destinasyonların sosyal, kültürel ve ekonomik anlamdaki gelişiminde önemli rol oynayabilmektedir.

Gastronomi turizminin gelişimiyle birlikte; özellikle kırsal bölgelerde iş imkanlarının yanı sıra, kültürlerarası farkındalık ve anlayış da gelişmekte ve yerel halkın turizmin ekonomik etkilerini görebilmesi, anlamlandırabilmesi ve değerlendirebilmesi mümkün olmaktadır. Ayrıca gastronomi turizminin gelişimiyle destek hizmetlerine talep artmakta ve diğer sektörlerin gelişimi de hız kazanmaktadır (Kivela ve Crotts, 2006). Gastronomi turizminin gelişimi ve yemek kültürlerinin sürdürülebilirliği açısından, günümüzde yok olma tehlikesiyle karşı karşıya olan ve özellikle gelişmemiş kırsal bölgelerde kısmen sürdürülmeye çalışılan yöresel yemek kültürlerinin korunması da önem verilmesi gereken konular arasındadır (Pamukçu vd., 2021). Bu bağlamda, destinasyonlarda gastronomi turizminin gelişimi ile birlikte yöresel yemeklerin korunması ve gelecek nesillere aktarılması, yani sürdürülebilirliği de mümkün olabilmektedir.

Bu araştırmanın kapsamını oluşturan Trabzon ili; doğal, kültürel ve tarihsel zenginliği ile diğer turizm türlerinin gelişimine açık olduğu kadar, özellikle otantik yöresel yemek kültürüyle gastronomi turizmi açısından da gelişim gösterme potansiyeline sahiptir. Ancak, Trabzon'un gastronomi turizmi açısından gelişmişlik düzeyinin henüz beklenen seviyede olduğu söylenemez. Trabzon'un gastronomik zenginliğinin araştırmacılar tarafından da yeterli ölçüde ele alınmadığı görülmektedir. Zira literatürde, Trabzon'un gastronomi turizmi açısından gelişmişlik düzeyini incelemiş olan akademik düzeyde herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır. Ancak literatürde, bazı destinasyonların gastronomi turizmi açısından gelişmişlik düzeyinin incelendiği çalışmalara rastlamak mümkündür (Alkan, 2019; Doğan ve Yılmaz, 2022; Ertaş ve Kadirhan, 2023; Gačnik, 2012; Indra vd., 2022; Nesterchuk vd., 2022; Oğuz ve Unur, 2018; Promnil vd., 2021; Vukolic vd., 2022; Wijaya, 2023). Bu doğrultuda araştırmada, Trabzon'da yaşayan yerel halkın bakış açısına dayanılarak Trabzon ilinin gastronomi turizmi açısından gelişmişlik düzeyinin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu amaçla birlikte araştırmada; Trabzon yerel halkının yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, meslek, gelir ve ikamet sürelerine göre Trabzon'un gastronomi turizmi açısından gelişmişlik düzeyine bakış açılarının farklılaşıp farklılaşmadığının da belirlenmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca araştırmada, kalifiye personel boyutunun gastronomik hizmetlerin erişilebilirliği ve yeterliliği ve nitelikli restoranlar boyutları üzerinde etkisinin olup olmadığı ve nitelikli restoranlar boyutunun gastronomik ürün fiyatı ve gastronomik hizmetlerin erişilebilirliği ve yeterliliği boyutları üzerinde etkisinin olup olmadığı da incelenmiştir.

Kavramsal Çerçeve

Son dönemlerde, küresel ölçekte yerel kimliğe ve kültüre dayalı, farklı ve özel mutfak deneyimleri yaşamak isteyen ziyaretçilerin sayısı dikkat çekici bir şekilde artmaya başlamıştır

(Yentür ve Demir, 2022). Çok sayıda gastro-turist kendi ülkelerinin lezzet sınırlarını aşarak yeni tatlar keşfetmek ve yerel gastronomik tatları deneyimlemek amacıyla seyahat etme eğilimi göstermektedirler. Ziyaretçiler, bu seyahatlerle farklı gastronomik lezzetleri deneyimlemenin yanı sıra, ziyaret ettikleri ülkenin tarihini ve geleneklerini de çok daha derinlemesine analiz etme imkanı elde etmektedirler (Fayziyeva ve Ruziev, 2022; Gheorghe, 2014; Manola ve Koufadakis, 2020). Ziyaretçiler gastronomi turizmi aracılığıyla bölgenin ya da ülkenin ekolojik ve peyzaj değerlerini, tarihini, kültürünü, geleneklerini, köylerini, denizlerini, dağlarını ve mutfağını tanıyabilmekte ve deneyimleyebilmektedir. Bu bağlamda destinasyonun amaç ve hedeflerinden birisi, bölgeyi *mutfak peyzajına* dönüştürebilmektir (Nesterchuk vd., 2021a). Ziyaretçilerin gastronomik seyahatlerinin en önemli motivasyon kaynağı, başka bir yerde asla tadamayacakları yöreye ait malzemelerle hazırlanmış geleneksel yemekleri yerinde orijinal haliyle tadabilmek ve deneyimleyebilmektir (Diaconescu vd., 2016; Gajić, 2015). Turizm açısından gastronomi, destinasyonun kültürel ve biyolojik bileşeni durumundadır. Yeme-içme faaliyetleri yalnızca insani bir temel ihtiyaç olmayıp, aynı zamanda gastronomik seyahatlerin temel motivasyon kaynağını da oluşturmaktadır (Gačnik, 2012). Kısacası gastronomi, tatil deneyiminin ayrılmaz bir bileşeni durumundadır (Kivela ve Crofts, 2006; Nesterchuk vd., 2022).

Gastronomi bilimi ya da sanatının; gıdanın, hayal edilmesinden başlayarak ziyaretçiler için keyifli, besleyici ve hijyenik bir şekilde güvenli tüketimini sağlayacak şekilde seçilmesi, kombinasyonu, işlenmesi ve dağıtımı ile devam eden ve gıda atıklarının çevreye zarar vermeyecek şekilde yok edilmesi ile sona eren karmaşık bir bilgi kümesi ve faaliyet alanı olarak nitelendirilmesi mümkündür (Hegarty, 2005). Bu bağlamda gastronomi, yemeğin pişirme ve sunum sürecinden çok daha fazlasını ifade etmekte olup, yemeğin tarihsel değerini ve entelektüel

birikimini de içermektedir. Dolayısıyla gastronomi, ziyaretçiye yemekte kullanılan malzemelerin üretim sürecini, mutfağa ulaşana kadar geçirdiği yolculuğu yaşayarak öğrenme fırsatı sunar. Ziyaretçi, yemeğin hazırlanma sürecini öğrenmek ve deneyimlemek amacıyla hazırlık sürecinde bizzat kendisi rol alabilir (Indra vd., 2022; Santich, 2004). Mora vd.'ne (2021) göre, gastro-turistlerin genel olarak harcama kapasitelerinin yüksek olduğu söylenebilir. Bu nedenle de, tadılan yerel gastronomik lezzetlerin kaliteli ve özgün olması, gastro-turistlerin gastronomi turizmi deneyiminden beklentileri arasında yer almaktadır.

Gastronomi, turizmin canlandırılmasına ve çeşitlendirilmesine, yerel ekonomiye işlerlik kazandırılmasına, farklı profesyonel iş alanlarının sistem içerisine dahil olmasına ve birincil sektördeki farklı meslek dallarının (aşçılık, zanaatkarlık gibi) gelişimine katkıda bulunmaktadır (Meneguel vd., 2019). Gastronomi turizminin bağımsız bir ekonomik faaliyet olarak düşünülmesi yanlıştır. Gastronomi, diğer turizm türlerini ve yerel ekonomilerin diğer sektörlerini (tarım, inşaat, sanayi) tamamlayarak desteklemesinden dolayı, önemli bir bölgesel kalkınma ve büyüme aracı olarak görülmelidir (Lakovou vd., 2009). Ayrıca geleneksel otantik deneyimin bir parçası olan yiyecek ve içecekler, mevsimsel faktörlerden diğer turistik çekiciliklere göre daha az etkilenmesi nedeniyle, yıl boyunca ziyaretçilerin hizmetinde olan önemli turistik çekicilikler arasında yer almaktadır. Günümüzde mevsimlik bazı yiyecek ve içeceklerin mevsimsel özellikleri korunarak uzun süre muhafaza edilebilmesi nedeniyle, gastronomi turizminde mevsimsel etkiler en aza indirgenebilmiş durumdadır (Sorcaru, 2019).

Gastronomi turizmi kapsamında, yöreye özgü geleneksel yemekler yiyecek-içecek işletmelerinde ziyaretçilere sunulurken ziyaretçilerin ilgisinin çekilmesi ve turizm deneyimlerinin şekillendirilmesi mümkün olmaktadır. Destinasyonlarda gastronomi turizminin gelişme kaydederek yöresel yemeklerin restoranlarda sıklıkla yer bulması, yörenin gastronomi kültürünün de korunmasına katkıda bulunmaktadır (Bertan, 2020). Destinasyonlarda gastronomik değerleri korumak amacıyla gerçekleştirilen bazı faaliyetler de (gastronomi festivalleri, müzeler vb.) destinasyonun pazarlanmasına ve gastronomi turizmi açısından gelişimine katkı sağlamaktadır (Sormaz vd., 2016). Gastronomi turizmi yerelleşme sürecini hızlandıran faktörlerden birisidir. Bu bağlamda yerel gastronomik ürünlere olan ilgi, yerel farkındalığın artmasını sağlayabilmektedir. Ayrıca yöreye özgü gastronomik lezzetlerin ve dolayısıyla yörede üretilen organik tarımsal ve hayvansal gıdaların korunması ve geliştirilmesi mümkün olmaktadır. Yöreye özgü gastronomik ürünlerin etkin bir şekilde tanıtılmasının yanı sıra, coğrafi olarak markalaşması ve tescillenmesinin de önü açılmaktadır (Gajić, 2015). Destinasyonların somut olmayan kültürel mirasının önemli bir parçası olan yerel gastronomi (Okumus vd., 2007), destinasyonların marka kimliğinin şekillenmesinde önemli bir kaynak olma özelliğine de sahiptir (Richards, 2002).

Yöreye özgü ürünlerin özel günlerde ve festivallerde kullanılması, yöre halkının kültürel ve manevi kimliğini temsil etmesi açısından önemlidir (Kalenjuk vd., 2015). Bu durum, destinasyonun gastronomi turizmi açısından gelişmişliğinin bir göstergesi olarak görülebilir. Gastronomi turizminin yerel ekonomi üzerindeki etkileri oldukça fazladır. Destinasyonlarda gastronomi turizminin gelişmesiyle beraber, gıda üretimi ve ağırlama hizmetlerine olan talep artmaktadır. Tarımsal üretimde ve gıda üretiminde ve konaklama sisteminde yenilik teşvik edilmektedir. Destinasyonun çekiciliği ve yaşam kalitesi artmakta ve imajı güçlenmektedir (Richards, 2014).

Chaney ve Ryan'a (2012) göre destinasyonların gastronomi turizminde gelişme gösterebilme-

si için iten ve çeken faktörleri dikkate alması gerekir. İten faktörler kapsamında gastro-turistler yer almaktadır. Gastro-turistler, gastronomi turizmüne yönelmelerinde etkili olan psikolojik, demografik ve diğer motive edici unsurlar açısından değerlendirilmelidir. Çeken faktörler kapsamında ise, gastronomi turizminin destinasyonlarda gelişimini sağlayan unsurlar bulunmaktadır. Bunlar; çevresel gelişim, tüketici deneyimi geliştirme, marka/kimlik geliştirme, medya ile iletişim kurma ve sosyal yeteneklerin geliştirilmesidir. İten ve çeken faktörler arasında etkin bir iletişim kurulması, destinasyonlarda gastronomi turizmi gelişiminin başarısının anahtarı durumundadır.

Gastronomi turizmi gelişim sürecinde başarı elde edilebilmesi için, yeni turizm trendlerinin günlük yaşamın dokusuna uygun hale getirilmesi ve entegre edilmesi önem arz etmektedir. Diğer bir ifadeyle, pazarın talepleri ile yerel gelenekleri sürdürme arzusu arasında uyum sağlanmalıdır. Bu anlamda gelişim sürecinde bütünsel bir yaklaşım benimsenmesi ve gelişim sürecinde; planlamacılar, politikacılar, yerel otoriteler, turizm işletmeleri, turistler, yerel halk gibi paydaşların aktif rol alması önerilmektedir (Wijaya, 2023).

Hjalager (2002) destinasyonların gastronomi turizmi gelişim sürecini kuramsal olarak hiyerarşik bir modele dayandırmaktadır. Bu modelin birinci derecesinde yerel kalkınmanın önemi vurgulanmaktadır. Bu derecede; gastronomi turizminin mevcut ekonomik yapı, işbirlikçi ağlar ve veri tabanı çerçevesinde inşa edilmesi önerilmektedir. İkinci derecede, yatay gelişmeye dikkat çekilmektedir. Bu derecede, üretim sürecinde tedarikçilerin ileri ve geri entegrasyonu sağlanmalıdır. Modelin üçüncü derecesi, dikey gelişme adımıdır. Bu derecede, yeni bağlantı ve işbirliklerinin oluşturulması ve gıdanın diğer ekonomik faaliyetlere entegre edilmesi önerilmektedir. Dördüncü derecede ise, çapraz gelişime vurgu yapılmaktadır. Bu derecede,

gastronomi deneyimi ile ilgili veri tabanı geliştirilmesi ve ekonomik sistem içerisinde akıllı gastronomik kümelenmelerin oluşturulması gerektiği belirtilmektedir.

Nesterchuk vd.'ne (2022) göre bir bölgenin gastronomi turizminin gelişimini etkileyen faktörler; fiziki-coğrafi yapı, ekolojik yapı, yerleşim durumu, tarih-kültür, gastronomik potansiyel, kurumsal yapı ve altyapı olarak ifade edilebilir. Gastronomi turizminin unsurları ise; gastronomi festivalleri, gastronomik etkinlikler, gastronomik nesnelere (örneğin, bölge gastronomisini simgeleyen somut kültürel varlıklar), ticaret, gıda endüstrisi, yiyecek-içecek işletmeleri, altyapı, hizmetler, konaklama işletmeleri, iletişim altyapısı, tıbbi altyapı olarak sıralanabilir.

İlgili Araştırmalar

Literatür incelendiğinde, destinasyonlarda gastronomi turizminin gelişmişlik düzeyi ile ilgili göstergelerin belirlenmesine ve destinasyonların gelişmişlik düzeyinin değerlendirilmesine yönelik bazı araştırmaların gerçekleştirildiği görülmektedir (Alkan, 2019; Bertan, 2020; Doğan ve Yılmaz, 2022; Ertaş ve Kadirhan, 2023; Gačnik, 2012; Kalenjuk vd., 2015; Lakovou vd., 2009; Meneguel vd., 2019; Nesterchuk vd., 2022; Nesterchuk vd., 2021b; Oğuz ve Unur, 2018; Promnil vd., 2021; Sorcaru, 2019; Vukolic vd., 2022; Wijaya, 2023; Yentür ve Demir, 2022). Bu araştırmaların bazılarının sonuçları şu şekilde özetlenebilir:

Gačnik'in (2012) gerçekleştirdiği araştırmada, gastronomi etkinlik ve festivallerinin yerel toplulukların, bölgelerin ve ülkelerin tanıtımında birleştirici ve geliştirici bir güce sahip olduğu belirlenmiştir. Slovenya'da gastronomi turizminin geleceğinin tematik ve kültürel gastronomi rotalarının oluşturulmasına bağlı olduğu belirtilmektedir. Oğuz ve Unur (2018) çalışmalarında, destinasyonlarda gastronomi turizmi gelişmişlik göstergeleri ölçeğini geliştirmişler-

dir. Çalışmada, geçerlik ve güvenilirlik analizleri sonucunda nihai olarak 12 faktör ve 46 maddeden oluşan bir ölçek oluşturulmuştur. Alkan'ın (2019) çalışmasında, Nevşehir ilinin gastronomi turizmi açısından yeteri kadar gelişim gösteremediği, ancak Nevşehir'de turizm hareketliliğinin fazla olması nedeniyle ilin gastronomi turizmi açısından gelişime açık olduğu tespit edilmiştir. Bertan'ın (2020) araştırmasında; restoranların ambiyansının, personelinin, içeriğinin, yiyecek ve içecek ürünlerinin ve bu ürünlerin sunumunun gastronomi turizminin gelişiminde önemli rol oynadığı ortaya çıkarılmıştır. Pamukçu vd.'nin (2021) araştırmalarında, Bolu'da gastronomi turizminin gelişiminde coğrafi işaret tescilli yöresel ürünlerin etkili olduğu ortaya çıkmıştır. İlgili araştırmada, coğrafi işaretli yöresel gıdaların etkisinin yöresel ürünlere göre daha az olduğu belirlenmiştir. Nesterchuk vd.'nin (2021b) çalışmalarında, Ukrayna'daki Right-Bank Polissia bölgesindeki turizm organizasyonları kümelenmelerinin, bu sistem içerisinde yer alan işletmelerin rekabet avantajını artıracığı sonucuna ulaşılmıştır. Doğan ve Yılmaz'ın (2022) araştırmalarında, Hatay'ın gastronomi turizminde başarılı olabilmesi için gastronomi turizmi odaklı kalkınma stratejilerinin benimsenmesi ve Hatay'ın gastronomi turizminde gelişim düzeyinin tespit edilmesi gerektiği belirlenmiştir. Vukolic vd. (2022), Sırbistan'da sosyal ağların gastronomi turizmi gelişimi üzerinde etkisinin olabileceğini ortaya koymuşlardır. Wijaya (2023) Endonezya'da bulunan Tabanan Tista Turizm köyünde gastronomi turizm gelişimini yönlendiren ontolojik olguları belirlemeye çalışmıştır. Sonuç olarak, araştırmada gastronomi turizminin gelişiminin sosyal dinamiklerde ve kültürel normlarda

dikkate değer değişimlere yol açtığı ortaya konmuştur. Ertaş ve Kadirhan'ın (2023) çalışmalarında, Şırnak'ta gastronomi turizmi gelişmişlik düzeyinin oldukça düşük bulunduğu ve Şırnak yerel halkının eğitim durumlarına göre rekabet faktörüne bakış açılarının farklılaştığı belirlenmiştir.

Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Bu araştırmada, gastronomi turizmi gelişmişlik düzeyi değişkenine ait boyutlar ile ilgili Trabzon yerel halkının bakış açılarının yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, meslek, gelir ve ikamet süresi demografik özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığı test edilmiştir. Literatürde, söz konusu değişkenin farklı örneklem grupları üzerinde katılımcıların demografik özelliklerine göre test edildiği benzer çalışmalar bulunmaktadır (Doğan ve Yılmaz, 2022; Ertaş ve Kadirhan, 2023). Katılımcıların yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, meslek, gelir ve ikamet süreleri açısından farklı özellikler taşımalarına bağlı olarak boş zaman süresi; hayata bakış ve yaşam tarzı; mevcut koşulları değerlendirme şekli; sosyal, kültürel, ekonomik ve psikolojik yapı gibi özelliklerinin farklılaşacak olması nedeniyle gastronomi turizmi gelişmişlik düzeyine bakış açılarının da değişiklik göstermesi beklenebilir. Örneğin, ileri yaştaki ve Trabzon'da uzun süre ikame etmiş olan bir katılımcı ile genç yaştaki ve Trabzon'daki ikamet süresi 10 yıldan az olan bir katılımcının Trabzon'un gastronomi turizmi gelişmişlik düzeyi ile ilgili değerlendirmelerinin farklılık göstermesi olasıdır. Tüm bu varsayımlar çerçevesinde araştırma kapsamında önerilen model şu şekildedir:

Şekil 1

Araştırmanın modeli-I



İlgili varsayımlar ve önceki araştırmalar da dikkate alınarak araştırma kapsamında şu hipotezler geliştirilmiş ve test edilmiştir:

H_1 : Yerel halkın Trabzon'daki kalifiye personel yeterliliğine ilişkin bakış açıları demografik özelliklerine (H_{1a} : yaş, H_{1b} : cinsiyet, H_{1c} : medeni durum, H_{1d} : eğitim durumu, H_{1e} : meslek, H_{1f} : gelir, H_{1g} : ikamet süresi) göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.

H_2 : Yerel halkın Trabzon'daki yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetlerin yeterliliğine ilişkin bakış açıları demografik özelliklerine (H_{2a} : yaş, H_{2b} : cinsiyet, H_{2c} : medeni durum, H_{2d} : eğitim durumu, H_{2e} : meslek, H_{2f} : gelir, H_{2g} : ikamet süresi) göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.

H_3 : Yerel halkın Trabzon'daki nitelikli restoranların yeterliliğine ilişkin bakış açıları demografik özelliklerine (H_{3a} : yaş, H_{3b} : cinsiyet, H_{3c} : medeni durum, H_{3d} : eğitim durumu, H_{3e} : meslek, H_{3f} : gelir, H_{3g} : ikamet süresi) göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.

H_4 : Yerel halkın Trabzon'daki gastronomik ürün fiyatına ilişkin bakış açıları demografik özelliklerine (H_{4a} : yaş, H_{4b} : cinsiyet, H_{4c} : medeni durum, H_{4d} : eğitim durumu, H_{4e} : meslek,

H_{4f} : gelir, H_{4g} : ikamet süresi) göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.

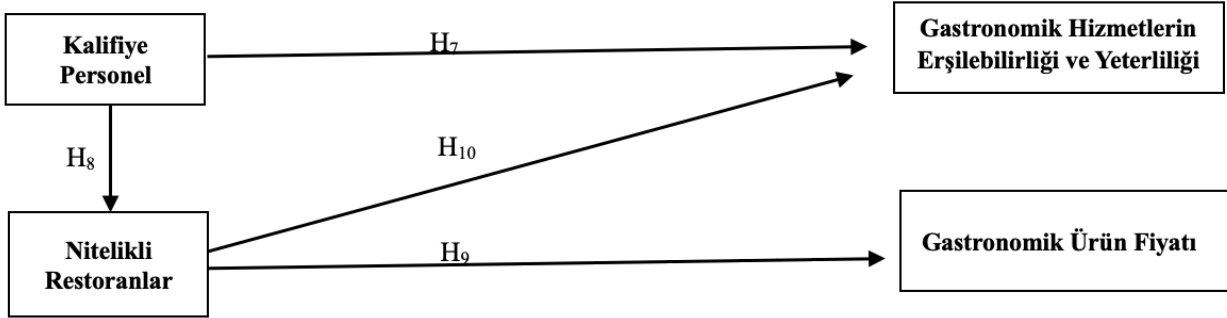
H_5 : Yerel halkın Trabzon'daki yerel tanıtım yeterliliğine ilişkin bakış açıları demografik özelliklerine (H_{5a} : yaş, H_{5b} : cinsiyet, H_{5c} : medeni durum, H_{5d} : eğitim durumu, H_{5e} : meslek, H_{5f} : gelir, H_{5g} : ikamet süresi) göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.

H_6 : Yerel halkın Trabzon'da gastronomik hizmetlerin erişilebilirliği ve yeterliliğine ilişkin bakış açıları demografik özelliklerine (H_{6a} : yaş, H_{6b} : cinsiyet, H_{6c} : medeni durum, H_{6d} : eğitim durumu, H_{6e} : meslek, H_{6f} : gelir, H_{6g} : ikamet süresi) göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.

Araştırmada, kalifiye personel bağımsız değişkeninin gastronomik hizmetlerin erişilebilirliği ve yeterliliği ve nitelikli restoranlar bağımlı değişkenleri üzerindeki etkisi ve nitelikli restoranlar bağımsız değişkeninin gastronomik ürün fiyatı ve gastronomik hizmetlerin erişilebilirliği ve yeterliliği bağımlı değişkenleri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Regresyon analizleri gerçekleştirilmeden önce, boyutlar arasındaki ilişkiler korelasyon analizi ile test edilmiştir. Bu bağlamda, araştırma kapsamında oluşturulan ikinci kuramsal model şu şekildedir:

Şekil 2

Araştırmanın modeli-II



Araştırma kapsamında test edilecek diğer hipotezler ise řu şekildedir:

H₇: Kalifiye personel, gastronomik hizmetlerin erişilebilirliği ve yeterliliğini anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir.

H₈: Kalifiye personel, nitelikli restoranları anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir.

H₉: Nitelikli restoranlar, gastronomik ürün fiyatını anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir.

H₁₀: Nitelikli restoranlar, gastronomik hizmetlerin erişilebilirliğini ve yeterliliğini anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir.

Yöntem

Bu başlık altında araştırmanın evreni ve örneklemini, veri toplama süreci ve veri analiz süreci hakkında bilgiler verilmektedir.

Evren ve örnekleme

Araştırmanın evrenini, Trabzon'da yaşayan yerel halk oluşturmaktadır. Araştırmanın Trabzon'da gerçekleştirilmesinin nedeni, ilin gastronomi turizmi açısından gelişim potansiyelinin yüksek olmasıdır. Çeşitliliği, otantikliği ve farklı özellikleri ile ön plana çıkan Trabzon'un yöresel mutfağının, otantik deneyim ve farklılık arayışı içerisindeki gastro-turistlerin ilgisinin bölgeye çekilebilmesini sağlayabilecek yeterliliğe sahip olduğu düşünülmektedir. Bu çalışma aracılığıyla, bölgenin sahip olduğu gastronomi turizmi potansiyeline dikkat çekilmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca literatürde, Trabzon'un gastronomi turizmi gelişim düzeyini inceleyen her-

hangi bir çalışmanın bulunmaması, Trabzon'un araştırma alanı olarak seçilmesinin gerekçeleri arasında yer almaktadır. Bu araştırmanın yerel halk üzerinde gerçekleştirilmesinin nedeni ise, Ertaş ve Kadirhan'ın (2023) da belirttiği gibi yerel halkın destinasyonların gastronomi turizmi gelişimi açısından önemli bir role sahip olmasıdır. Veri toplama sürecinde, Trabzon'da yaşayan yerel halkın tamamına ulaşılamayacağından, evren içerisinde örneklem seçimi yapılmıştır. Örneklem seçimi, kolayda örneklem yöntemine göre gerçekleştirilmiştir. Veriler, araştırmacının yakın çevresinde bulunan ve kolaylıkla erişebileceği kişilerden toplanmıştır. Örneklem seçiminde, katılımcıların genel olarak Trabzon doğumlu ve Trabzon'da yaşayan kişiler olmasına dikkat edilmeye çalışılmıştır. Ancak katılımcılar arasında Trabzon'a sonradan yerleşen memur, öğrenci gibi meslek gruplarından da kişiler bulunmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu'nun (2023) 2021 yılı verilerine göre, Trabzon'un toplam nüfusu ve dolayısıyla evren büyüklüğü 816.684'tür. Veri toplama sürecinde ulaşılan toplam örneklem sayısı ise 428'dir. Altunışık vd. (2010), 100.000 ve üzerindeki sonsuz evren büyüklükleri için örneklem sayısının 384 olmasının yeterli olacağını belirtmektedirler. Bu doğrultuda, 428 örneklem sayısının verilerin analizi için yeterli olduğu söylenebilir.

Veri toplama süreci

Araştırmaya ilişkin veriler anket ile toplanmıştır. Anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bö-

lümünde; katılımcıların yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, meslek, gelir ve Trabzon'daki ikamet süresini belirlemeye yönelik demografik sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde ise, Oğuz ve Unur (2018) tarafından geliştirilen *gastronomi turizminde gelişmişlik göstergeleri ölçeği* kullanılmıştır. Söz konusu ölçekte, 46 adet madde ve 12 adet faktör bulunmaktadır. Ölçek üzerinde önemli bir uyarlamaya ya da değişikliğe gidilmemiştir. Ölçekte beşli likert derecelendirme sistemi kullanılmıştır. Veriler toplanmaya başlamadan önce, Gümüşhane Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 25.10.2023 tarihinde E-95674917-108.99-215168 sayılı kararla etik kurul izni alınmıştır. Etik kurul izninin alınmasının ardından veriler, 5 Kasım 2023 tarihinde toplanmaya başlamış olup, veri toplama süreci 29 Kasım 2023 tarihinde sona ermiştir. Elektronik ortamda hazırlanan online anket, çeşitli elektronik araçlar vasıtasıyla araştırmacının yakın çevresindeki Trabzonlu kişilerle paylaşılmıştır. Veri toplama süreci sonunda toplam 428 anket toplanmış olup, anketlerin 328 adeti elektronik araçlar vasıtasıyla, 100 adeti ise yüz yüze görüşmeler ile elde edilmiştir. Veri toplama sürecinde kayıp veri oluşmadığından, anket sonuçlarının tamamı analize dahil edilmiştir.

Verilerin analizi

Araştırmaya ilişkin veriler, öncelikle geçerlilikleri ve güvenilirlikleri açısından incelenmiştir. Verilerin geçerliliği açıklayıcı faktör analiziyle, güvenilirlikleri ise değişkenlerin ve faktörlerin Cronbach Alpha (α) katsayıları hesaplanarak incelenmiştir. Ayrıca verilerin parametrik testlere uygunluk düzeylerini belirlemek amacıyla, nor-

mal dağılım sergileyip sergilemediği çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) katsayıları hesaplanarak incelenmiştir. Normal dağılıma sahip olduğu belirlenen veriler üzerinde yerel halkın görüşlerinin yaşlarına, cinsiyetlerine, eğitim durumlarına, mesleklerine, gelirlerine ve ikamet sürelerine göre farklılaşp farklılaşmadığını test etmek amacıyla Bağımsız Örneklem T-Testi ve Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) gerçekleştirilmiştir. Bununla beraber, araştırmada boyutlar arasındaki ilişkilerin tespit edilebilmesi için Pearson korelasyon analizinden, diğer hipotezlerin test edilebilmesi için ise basit doğrusal regresyon analizinden yararlanılmıştır. Analizler, SPSS ve AMOS paket programlarında gerçekleştirilmiştir.

Bulgular

Bulgular bölümü dört alt başlıktan oluşmaktadır. Birinci başlık altında katılımcılara ilişkin demografik bulgular açıklanmıştır. İkinci başlık altında; geçerlik, güvenilirlik ve normallik testi sonuçları, üçüncü başlık altında ANOVA ve T-Testi sonuçları, dördüncü başlık altında ise korelasyon ve regresyon analizi sonuçları değerlendirilmiştir.

Demografik bulgular

Anketin birinci bölümünde; 18 yaş ve üstü kişilere demografik sorular kapsamında yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, meslek, gelir ve Trabzon'daki ikamet süreleri ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin ortaya çıkan sonuçlar Çizelge 1'de ayrıntılarıyla verilmektedir.

Çizelge 1
Demografik bulgular

Sorular	Cevap Seçenekleri	Frekans	(%)
Yaş	18-25	86	20,1
	26-34	122	28,5
	35-44	85	19,9
	45-54	80	18,7
	55-64	35	8,2
	65 yaş ve üzeri	20	4,7
Cinsiyet	Kadın	157	36,7
	Erkek	271	63,3
Medeni Durum	Bekâr	229	53,5
	Evli	199	46,5
Eğitim Durumu	İlkokul Mezunu	36	8,4
	Ortaokul Mezunu	51	11,9
	Lise Mezunu	111	25,9
	Ön Lisans Mezunu	64	15
	Lisans ve Lisansüstü Eğitim Mezunu	166	38,8
Meslek	Esnaf	78	18,2
	Emekli	17	4
	İşçi	23	5,4
	Memur	102	23,8
	Çalışmıyor	21	4,9
	Ev Hanımı	34	7,9
	Öğrenci	70	16,4
	Özel Sektör Çalışanı	47	11
	Diğer Meslekler	36	8,4
Gelir	11.500 TL ve altı	155	36,2
	11.501-15.000 TL	59	13,8
	15.001-18.500 TL	46	10,7
	18.501-22.000 TL	44	10,3
	22.001 TL ve üzeri	124	29
İkamet Süresi	1 yıldan az	79	18,5
	1-4 yıl arası	85	19,9
	4-7 yıl arası	32	7,5
	7-10 yıl arası	31	7,2
	10 yıldan fazla	201	47

Ortaya çıkan demografik sonuçlara göre; ankete en fazla iştirak eden katılımcılar 26-34 yaş (122 kişi, %28,5), erkek (271 kişi, %63,3), bekâr

(229 kişi, %53,5), lisans ve lisansüstü eğitim mezunu (166 kişi, %38,8), memur (102 kişi, %23,8), 11.500 TL ve altı (155 kişi, %36,2) ge-

lir grubundakilerdir. Ankete en az iştirak eden katılımcılar ise; 65 yaş ve üzeri (20 kişi, %4,7), kadın (157 kişi, %36,7), evli (199 kişi, %46,5), ilkokul mezunu (36 kişi, %8,4), emekli (17 kişi, %4), 18.501-22.000 TL (44 kişi, %10,3) gelir grubunda yer alan kişilerdir. Ayrıca ankete katılanların büyük çoğunluğu (201 kişi, %47) 10 yıldan fazla süredir Trabzon'da ikamet etmekte olduğunu belirtmiştir. Bu sonuç, katılımcıların Trabzon'un gastronomi turizmi gelişim sürecini sağlıklı bir şekilde değerlendirebilmeleri açısından önemli görülmektedir.

Açıklayıcı faktör ve güvenilirlik analizi bulguları

Araştırma sonucunda elde edilen veriler, öncelikle geçerliliği açısından test edilmiştir. Bu kapsamda gastronomi turizmi gelişmişliği değişkeninin faktör yapısı açıklayıcı faktör analizi ile belirlendikten sonra, ortaya çıkan faktörlerin ve tüm ölçeğin güvenilirliğine bakılmıştır. Ayrıca araştırma kapsamında, verilerin ortalamaları ve normal dağılım gösterip göstermedikleri de incelenmiştir. Çizelge 2, Çizelge 3 ve Çizelge 4'te, gerçekleştirilen analizlere ilişkin sonuçlara yer verilmiştir.

Açıklayıcı faktör analizi sürecinde, *Temel Bileşenler Analizi* ve *Varimax Rotasyon* yöntemleri kullanılmıştır. Açıklayıcı faktör analizi sonucunda, 14 maddenin (13., 41., 29., 15., 36., 40., 34., 18., 17., 16., 38., 35., 37. ve 14. maddeler) 0,10'dan daha az faktör yükü farkıyla farklı faktörler altında toplanmış olması (Büyüköztürk, 2015: 135) ve 4 maddenin (46., 28., 27. ve 26. maddeler) ise 0,50'nin altında faktör yüküne sahip olması (Hair vd., 2010) nedeniyle, bu maddeler tek tek ölçekten çıkarılarak analiz tekrarlanmış ve nihayetinde değişkene ait faktör yapısının mevcut hali Çizelge 2'deki gibi elde edilmiştir. Kalan 28 madde üzerinde gerçekleştirilen açıklayıcı faktör analizi sonucunda; Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0,928; Bartlett Küresellik Testi sonucu anlamlı (6981,772; $P < 0,05$) bulunmuştur. Bu sonuçlara göre, açıklayıcı faktör analizinin diğer sonuçlarının da incelenmesinde bir engel bulunmadığı görülmüştür. Zira açıklayıcı faktör analizi sonucunda ortaya

çıkan KMO=0,928 değeri, araştırmacılar tarafından faktör analizinin diğer sonuçlarının incelenmesi için yeterli görülmektedir (Çokluk vd., 2014; Sharma, 1996; Şencan, 2005). Analiz sonucunda, 12 faktörden oluşan orijinal ölçekten farklı olarak bu çalışmada 6 faktör belirlenmiştir. Orijinal ölçekte bulunan, ancak bu çalışmada yer almayan diğer faktörler ise, söz konusu faktörlere ait maddelerin açıklayıcı faktör analizi asgari koşullarını sağlayamamış olması nedeniyle ölçekten çıkarılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen faktör yapısına bakıldığında, kalan faktörlerin beşinin, sahip olduğu maddeler bakımından, orijinal ölçekteki faktörlerle birebir aynı olduğu (kalifiye personel, yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetler, nitelikli restoranlar, gastronomik ürün fiyatı, yerel tanıtım yeterliliği), ortaya çıkan bir faktörün (gastronomik hizmetlerin erişilebilirliği ve yeterliliği) ise orijinal ölçekte bulunan dört faktöre ait bazı maddelerin birleşmesi sonucunda oluştuğu görülmektedir.

Bu nedenlerden dolayı ortaya çıkan ilk beş faktör; orijinal ölçekteki gibi *kalifiye personel, yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetler, nitelikli restoranlar, gastronomik ürün fiyatı, yerel tanıtım yeterliliği* olarak isimlendirilmiş olup, farklı maddelerin bileşeni durumundaki son faktör, maddelerin ortak özellikleri dikkate alınarak, araştırmacı tarafından *gastronomik hizmetlerin erişilebilirliği ve yeterliliği* olarak isimlendirilmiştir. Ortaya çıkan sonuçlara göre, ölçeğin genel güvenirliliği 0,945'tir. Öte yandan, kalifiye personel faktörünün güvenirliliği 0,907; yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetler faktörünün güvenirliliği 0,867; nitelikli restoranlar faktörünün güvenirliliği 0,835; gastronomik ürün fiyatı faktörünün güvenirliliği 0,813; yerel tanıtım yeterliliği faktörünün güvenirliliği 0,843 ve gastronomik hizmetlerin erişilebilirliği ve yeterliliği faktörünün güvenirliliği ise 0,848'dir. Kayış (2017), 0,80 ve üzeri güvenirlilik sonuçlarını yüksek derecede güvenilir olarak kabul etmektedir. Bu nedenle ölçeğin genel güvenirliliğinin ve ortaya çıkan faktörlerin güvenirliliğinin yüksek olduğu söylenebilir.

Çizelge 2

Açıklayıcı faktör analizi bulguları

Maddeler	Faktörler ve Yükleri					
	Kalifiye Personel	Yerel Gastronomi Tanıtımı ve Akademik Faaliyetler	Nitelikli Restoranlar	Gastronomik Ürün Fiyatı	Yerel Tanıtım Yeterliliği	Gastronomik Hizmetlerin Erişilebilirliği ve Yeterliliği
G1	0,729					
G2	0,781					
G3	0,796					
G4	0,789					
G5	0,755					
G6	0,715					
G7		0,691				
G8		0,699				
G9		0,675				
G10		0,765				
G11		0,753				
G12		0,585				
G19			0,610			
G20			0,671			
G21			0,784			
G22			0,626			
G23				0,780		
G24				0,668		
G25				0,728		
G30					0,708	
G31					0,727	
G32					0,771	
G33					0,727	
G39						0,542
G42						0,667
G43						0,772
G44						0,818
G45						0,619

KMO: 0,928; Bartlett Küresellik Testi Sonucu: 6981,772; P =0,000

Açıklanan Varyans (%): Kalifiye Personel: 15,076; Yerel Gastronomi Tanıtımı ve Akademik Faaliyetler: 13,589;

Gastronomik Hizmetlerin Erişilebilirliği ve Yeterliliği: 11,777; Yerel Tanıtım Yeterliliği: 10,345;

Nitelikli Restoranlar: 8,790; Gastronomik Ürün Fiyatı: 7,564; Toplam Varyans (%): 67,141

Ölçeğin ve Ölçeğe Ait Faktörlerin Güvenirlik (Cronbach Alpha) Katsayıları

Genel Güvenirlik	Kalifiye Personel	Yerel Gastronomi Tanıtımı ve Akademik Faaliyetler	Nitelikli Restoranlar	Gastronomik Ürün Fiyatı	Yerel Tanıtım Yeterliliği	Gastronomik Hizmetlerin Erişilebilirliği ve Yeterliliği
0,945	0,907	0,867	0,835	0,813	0,843	0,848

Çizelge 3
Ortalama, standart sapma ve normallik testi bulguları

Boyutlar	İfadeler	Ortalama	Standart Sapma	Boyutların Ortalaması	Çarpıklık (Skewness)	Basıklık (Kurtosis)
Kalifiye Personel	G1	2,7383	1,06321	2,8368	-0,108	-0,832
	G2	2,8832	1,20158		-0,221	-0,810
	G3	2,8318	1,11188		-0,085	-0,900
	G4	2,8271	1,16064		-0,047	-0,897
	G5	2,7827	1,13161		0,016	-0,832
	G6	2,9579	1,12169		-0,137	-0,839
Yerel Gastronomi Tanıtımı ve Akademik Faaliyetler	G7	3,1285	1,16540	3,1935	-0,270	-0,767
	G8	3,1098	1,12439		-0,227	-0,700
	G9	3,1916	1,08674		-0,299	-0,356
	G10	3,1916	1,03599		-0,251	-0,359
	G11	3,3738	1,09308		-0,426	-0,473
	G12	3,1659	1,02569		-0,232	-0,341
Nitelikli Restoranlar	G19	2,9673	1,13857	3,1419	-0,137	-0,818
	G20	3,2150	1,14133		-0,305	-0,806
	G21	3,2383	1,09040		-0,332	-0,515
	G22	3,1472	1,06435		-0,191	-0,498
Gastronomik Ürün Fiyatı	G23	2,9883	1,17840	2,9540	-0,133	-0,819
	G24	2,8785	1,13666		-0,058	-0,836
	G25	2,9953	1,17347		-0,008	-0,842
Yerel Tanıtım Yeterliliği	G30	2,9509	1,06682	2,9007	-0,007	-0,712
	G31	2,8995	1,06540		0,003	-0,691
	G32	2,8832	1,11216		-0,004	-0,715
	G33	2,8692	1,11691		-0,013	-0,767
Gastronomik Hizmetlerin Erişilebilirliği ve Yeterliliği	G39	3,1752	1,21260	3,1439	-0,276	-0,833
	G42	3,0981	1,08198		-0,241	-0,529
	G43	3,1542	1,12646		-0,376	-0,609
	G44	3,0888	1,16006		-0,310	-0,771
	G45	3,2033	1,08569		-0,455	-0,524

Çizelge 3'te de görüldüğü gibi, araştırmada ortaya çıkan boyutlara ait ortalamalar incelendiğinde, sırasıyla *yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetler* ($\bar{X}=3,1935$), *gastronomik hizmetlerin erişilebilirliği ve yeterliliği* ($\bar{X}=3,1439$) ve *nitelikli restoranlar* ($\bar{X}=3,1419$) boyutlarının en yüksek ortalamaya sahip boyutlar olduğu görülmektedir. Ancak ortalaması nispeten küçük olan diğer boyutların ortalamaları ile en yüksek ortalamaya sahip boyutların ortalamaları arasında çok büyük farklılıklar bulunmamaktadır. Diğer bir ifadeyle faktörlerin ortalamalarının genel itibarıyla, üç ve üçe yakın değerler aldığı görülmektedir. Zira, ölçeğe ait maddelerin ortalaması da $\bar{X}=3,033375$ 'tir. Bu sonuç, katılımcıların Trabzon ilinin gastronomi turizmi açısından gelişmişlik düzeyini ne iyi ne de kötü, yani ortalama düzeyde değerlendirdiklerini göstermektedir.

Araştırmada yer alan maddelerin normal dağılıma sahip olup olmadığı da incelendiğinde (Çizelge 3), çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) katsayılarının -1,5 ile +1,5 değer aralığında olduğu görülmektedir. Bu değerler, verilerin normal dağılıma sahip olduğunu işaret etmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Bu nedenle, mevcut veriler üzerinde parametrik testlerin gerçekleştirilebileceği söylenebilir.

ANOVA ve T-Testi bulguları

Araştırmanın amaçları doğrultusunda, katılımcıların gastronomi turizmi açısından gelişmişlik düzeyi değişkeninde yer alan boyutlara bakış açılarının yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim, meslek, gelir ve ikamet süresi demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere ANOVA ve T-Testi analizleri gerçekleştirilmiş ve ortaya çıkan sonuçlar Çizelge 4 ve Çizelge 5'te sunulmuştur.

Çizelge 4

ANOVA testi bulguları

Demografik Kategori	Boyutlar	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (sd)	Karelerin Ortalaması	F	Anlamlılık (P)	
Yaşa Göre	Kalifiye Personel	Gruplar arası	12,082	5	2,416	2,910	0,014
		Grup içi	350,440	422	0,830		
		Toplam	362,523	427			
	Yerel Gastronomi Tanıtımı ve Akademik Faaliyetler	Gruplar arası	9,080	5	1,816	2,593	0,025
		Grup içi	295,528	422	0,700		
		Toplam	304,608	427			
	Gastronomik Hizmetlerin Erişilebilirliği ve Yeterliliği	Gruplar arası	12,711	5	2,542	3,257	0,007
		Grup içi	329,383	422	0,781		
		Toplam	342,094	427			
Mesleklere Göre	Nitelikli Restoranlar	Gruplar arası	17,083	5	2,135	2,675	0,007
		Grup içi	334,482	422	0,798		
		Toplam	351,565	427			
Gelirlere Göre	Yerel Gastronomi Tanıtımı ve Akademik Faaliyetler	Gruplar arası	7,827	5	1,957	2,789	0,026
		Grup içi	296,781	422	0,702		
		Toplam	304,608	427			

Çizelge 4'te, ANOVA testi sonucunda yalnızca istatistiksel olarak anlamlı bulunan sonuçlara yer verilmektedir. Bu bağlamda, katılımcıların yaşlarına göre *kalifiye personel* [(F=(5, 422)=2,910, $P < 0,05$], *yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetler* [(F=(5, 422)=2,593, $P < 0,05$] ve *gastronomik hizmetlerin erişilebilirliği ve yeterliliği* [(F=(5, 422)=3,257, $P < 0,05$] boyutlarına bakış açıları istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır. Bu nedenle H_{1a} , H_{2a} ve H_{6a} hipotezleri kabul edilmiştir. Öte yandan katılımcıların mesleklerine göre, *nitelikli restoranlar* [(F=(8, 419)=2,675, $P < 0,05$] boyutuna ve katılımcıların gelirlerine göre, *yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetler* [(F=(4, 423)=2,789, $P < 0,05$] boyutuna bakış açıları istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır. Bu nedenle, H_{3e} ve H_{2f} hipotezleri kabul edilmiştir.

Post Hoc Testi sonuçları incelendiğinde, katılımcıların yaşlarına göre *kalifiye personel*, *yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetler* ve *gastronomik hizmetlerin erişilebilirliği ve yeterliliği* boyutlarının varyanslarının homojen dağılıma sahip olduğu tespit edilmiştir ($P > 0,05$). Bu nedenle, homojen dağılıma sahip gruplar arasında oluşan farkların hangi gruplar arasında olduğunu belirleyebilmek için Tukey testinden yararlanılmıştır. Tukey testi sonuçlarına göre, 26-34 yaş grubunun 45-54 yaş grubundan 0,42032 ortalama farkla Trabzon'un *kalifiye personel* açısından gelişmişlik düzeyini daha olumlu değerlendirdiği görülmektedir. Ortaya çıkan bu sonuç, Tukey testine göre anlamlı bulunmuştur ($P < 0,05$). Katılımcıların yaşlarına göre *kalifiye personel* boyutuna verdikleri cevapların ortalamaları (\bar{X}); 18-25 yaş grubu: 2,7422; 26-34 yaş grubu: 3,0724; 35-44 yaş grubu: 2,8804; 45-54 yaş grubu: 2,6521; 55-64 yaş grubu: 2,6667; 65 yaş ve üzeri: 2,6583 olarak belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre, katılımcıların yaşları arttıkça Trabzon'daki *kalifiye personelin* gelişmişlik düzeyini giderek daha olumsuz değerlendirme eğilimi gösterdikleri görülmek-

tedir. Diğer yandan, katılımcıların yaşlarına göre anlamlı bir şekilde farklılaşmakta olan *yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetler* ile *gastronomik hizmetlerin erişilebilirliği ve yeterliliği* boyutlarının varyanslarının homojen dağılım gösterdiği tespit edilmiştir ($P > 0,05$). Bu nedenle, Tukey testi sonuçlarına bakılmıştır. Tukey testi sonuçlarına göre, katılımcıların yaş gruplarına göre yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetler boyutuna verdikleri cevapların ortalamaları arasında oluşan farklılıkların anlamlı olmadığı görülmektedir ($P > 0,05$). Katılımcıların yaşlarına göre *yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetler* boyutuna verdikleri cevapların ortalamaları (\bar{X}); 18-25 yaş grubu: 2,9806; 26-34 yaş grubu: 3,2842; 35-44 yaş grubu: 2,3000; 45-54 yaş grubu: 3,3042; 55-64 yaş grubu: 3,0429; 65 yaş ve üzeri: 2,9250 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre, katılımcılar Trabzon'da *yerel gastronominin tanıtımı ve akademik faaliyetlerin* gelişmişlik düzeyini vasat düzeyde görmektedir. Ayrıca Tukey testi sonuçlarına göre, 45-54 yaş grubu ile 18-25 yaş grubundaki katılımcıların *gastronomik hizmetlerin erişilebilirliği ve yeterliliği* boyutuna verdikleri cevapların ortalamaları arasında oluşan farklılıkların anlamlı olduğu görülmektedir ($P < 0,05$). Ortaya çıkan sonuçlara göre, 45-54 yaş grubu 18-25 yaş grubundan 0,46558 ortalama farkla Trabzon'un *gastronomik hizmetlerini* daha *erişilebilir ve yeterli* bulmaktadır. Katılımcıların yaşlarına göre *gastronomik hizmetlerin erişilebilirliği ve yeterliliği* boyutuna verdikleri cevapların ortalamaları (\bar{X}) ise; 18-25 yaş grubu: 2,8744; 26-34 yaş grubu: 3,2066; 35-44 yaş grubu: 3,2588; 45-54 yaş grubu: 3,3400; 55-64 yaş grubu: 2,9657; 65 yaş ve üzeri: 2,9600'dür. Bu ortalamalara göre, katılımcılar farklı yaş grupları açısından genel olarak *gastronomik hizmetlerin erişilebilirliğini ve yeterliliğini* vasat olarak değerlendirmektedir.

Post Hoc sonuçlarına göre, katılımcıların mesleklerine göre farklılaşan *nitelikli restoranlar* boyutunun varyansları homojen dağılım sergi-

lemektedir. Bu nedenle Tukey testi sonuçları incelenmiştir. Tukey Testi sonuçlarına göre, katılımcıların mesleklerine göre *nitelikli restoranlar* boyutuna verdikleri cevapların ortalamaları arasında oluşan farklılıkların anlamlı olmadığı belirlenmiştir ($P > 0,05$). Katılımcıların mesleklerine göre, *nitelikli restoranlar* boyutuna verdikleri cevapların ortalamaları (\bar{X}); emekli: 2,7059; öğrenci: 2,9250; işçi: 3,0217; esnaf: 3,0641; memur: 3,2549; özel sektör çalışanı: 3,2660; ev hanımı: 3,4706; işsiz: 3,5357; diğer meslekler: 2,9931'dir. Ortalamalara bakıldığında, Trabzon'daki restoranları en nitelikli bulan meslek gruplarının işsizler ve ev hanımları olduğu görülmektedir. Niteliksel olarak Trabzon'daki restoranları en zayıf gören meslek grubu ise emeklilerdir.

Son olarak, post hoc sonuçları değerlendirildiğinde katılımcıların gelirlerine göre *yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetler* boyutunun varyanslarının homojen dağılıma sahip

olduğu belirlenmiştir ($P > 0,05$). Bu nedenle Tukey testi sonuçlarına bakılmıştır. Tukey sonuçlarına göre, katılımcıların gelirlerine göre *yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetler* boyutuna verdikleri cevapların ortalamaları arasında oluşan farklılıkların anlamlı olmadığı belirlenmiştir ($P > 0,05$). Katılımcıların gelirlerine göre *yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetler* boyutuna verdikleri cevapların ortalamaları (\bar{X}) incelendiğinde; 11.500 TL ve altı gelir grubu: 3,0989; 11.501-15.000 TL gelir grubu: 3,1921; 15.001-18.500 TL gelir grubu: 2,9601; 18.501-22.000 TL gelir grubu: 3,3788; 22.001 TL ve üzeri gelir grubu: 3,3333 olduğu görülmüştür. Bu sonuçlara göre, 18.500 TL ve üzeri gelir grubundaki katılımcılar, *yerel gastronominin tanıtımı ve akademik faaliyetlerin gelişmişliğini* daha olumlu değerlendirmektedirler. Ancak genel itibarıyla ortalamaların üçe yakın olması nedeniyle, farklı gelir gruplarının ilgili boyutun Trabzon'daki gelişmişlik düzeyini vasat olarak değerlendirdikleri söylenebilir.

Çizelge 5
T-Testi bulguları

Boyutlar	Cinsiyet	n	Ortalama	t	Serbestlik derecesi (sd)	Anlamlılık (İki Yönlü)
Nitelikli Restoranlar	Kadın	157	3,2691	2,255	343,237	0,025
	Erkek	271	3,0683			
Gastronomik Ürün Fiyatı	Kadın	157	3,1274	2,818	341,915	0,005
	Erkek	271	2,8536			
Yerel Gastronomi Tanıtımı ve Akademik Faaliyetler	Medeni Durum	n	Ortalama	t	Serbestlik derecesi (sd)	Anlamlılık (İki Yönlü)
	Bekâr	229	3,1121	-2,166	425,576	0,031
Evli	199	3,2873				

Çizelge 5'te, T-Testi sonucunda yalnızca istatistiksel olarak anlamlı bulunan sonuçlara yer verilmektedir. Bu bağlamda, katılımcıların cinsiyetlerine göre *nitelikli restoranlar* [$t(343,237)=2,255$; $P < 0,05$] ve *gastronomik ürün fiyatı* [$t(341,915)=2,818$; $P < 0,05$] boyutları istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır. Bu nedenle, H_{3b} ve H_{4b} hipotezleri

kabul edilmiştir. Ayrıca katılımcıların medeni durumlarına göre, *yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetler* [$t(425,576)=-2,166$; $P < 0,05$] boyutuna bakış açıları da farklılaşmaktadır. Bu bağlamda, H_{2c} hipotezi de kabul edilmiştir. Ortalamalar incelendiğinde, kadınların ($\bar{X}=3,2691$) erkeklere ($\bar{X}=3,0683$) kıyasla Trabzon'daki *nitelikli restoranlara* ilişkin değeren-

dirmelerinin daha olumlu olduğu görülmektedir. Aynı zamanda, yine kadınların ($\bar{X}=3,1274$) erkeklerle ($\bar{X}=2,8536$) kıyasla *gastronomik ürün fiyatına* ilişkin değerlendirmelerinin daha olumlu olduğu dikkat çekmektedir. Diğer yandan, evli ($\bar{X}=3,2873$) katılımcılar bekâr ($\bar{X}=3,1121$) katılımcılara kıyasla, *yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetler* boyutuna daha olumlu yaklaşmaktadırlar.

Çizelge 6

Korelasyon analizi bulguları

Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma (SS)	1	2	3	4	5	6
1 Kalifiye Personel	2,8368	0,92141	1					
2 Yerel Gastronomi Tanıtımı ve Akademik Faaliyetler	3,1935	0,84461	0,522**	1				
3 Nitelikli Restoranlar	3,1419	0,90738	0,544**	0,564**	1			
4 Gastronomik Ürün Fiyatı	2,9540	0,99188	0,505**	0,513**	0,598**	1		
5 Yerel Tanıtım Yeterliliği	2,9007	0,89891	0,468**	0,506**	0,553**	0,496**	1	
6 Gastronomik Hizmetlerin Erişilebilirliği ve Yeterliliği	3,1439	0,89507	0,472**	0,551**	0,596**	0,560**	0,572**	1
N=428	**P <0,01 (iki yönlü)							

Pearson korelasyon analizi sonuçlarına göre, *yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetler* ile *kalifiye personel* boyutları arasında orta düzeyde, pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ($r=0,522$; $P <0,01$) vardır. *Nitelikli restoranlar* ile *kalifiye personel* boyutları ($r=0,544$; $P <0,01$) ve *yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetler* boyutları ($r=0,564$; $P <0,01$) arasında orta düzeyde, pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. *Gastronomik ürün fiyatı* ile *kalifiye personel* ($r=0,505$; $P <0,01$), *yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetler* ($r=0,513$; $P <0,01$) ve *nitelikli restoranlar* ($r=0,598$; $P <0,01$) boyutları arasında orta düzeyde, pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki söz konusudur. *Yerel tanıtım yeterliliği* ile *kalifiye personel* ($r=0,468$;

Korelasyon ve regresyon analizi bulguları

Pearson korelasyon analizi sonucunda; *kalifiye personel*, *yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetler*, *nitelikli restoranlar*, *gastronomik ürün fiyatı*, *yerel tanıtım yeterliliği* ve *gastronomik hizmetlerin erişilebilirliği ve yeterliliği* boyutları arasındaki ilişkilere ilişkin ortaya çıkan sonuçlar Çizelge 6'da verilmektedir.

$P <0,01$), *yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetler* ($r=0,506$; $P <0,01$), *nitelikli restoranlar* ($r=0,553$; $P <0,01$) ve *gastronomik ürün fiyatı* ($r=0,496$; $P <0,01$) boyutları arasında orta düzeyde, pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki gözlemlenmiştir. Son olarak, *gastronomik hizmetlerin erişilebilirliği ve yeterliliği* ile *kalifiye personel* ($r=0,472$; $P <0,01$), *yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetler* ($r=0,551$; $P <0,01$), *nitelikli restoranlar* ($r=0,596$; $P <0,01$), *gastronomik ürün fiyatı* ($r=0,560$; $P <0,01$) ve *yerel tanıtım yeterliliği* ($r=0,572$; $P <0,01$) boyutları arasında orta düzeyde, pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir (Büyüköztürk, 2015: 32).

Pearson korelasyon analizi sonucunda, boyutlar arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiş olduğundan diğer araştırma hipotezlerinin de test edilebileceği görülmüştür. Hipotezleri test etmek amacıyla, veriler basit doğrusal regres-

yon analizi ile incelenmiştir. Basit doğrusal regresyon analizi sonuçları Çizelge 7'de sunulmuş olup, devamında ortaya çıkan sonuçlar ayrıntılarıyla değerlendirilmiştir.

Çizelge 7

Regresyon analizi bulguları

Kalifiye Personelin Gastronomik Hizmetlerin Erişilebilirliğine ve Yeterliliğine Etkisi					
Değişken	B	Standart Hata	Beta (β)	t	P
Sabit	1,844	0,124		14,899	0,000
Kalifiye Personel	0,458	0,041	0,472	11,042	0,000
R=0,472		R ² =0,223			
F _(1, 426) =121,917		P=0,000			
Kalifiye Personelin Nitelikli Restoranlara Etkisi					
Değişken	B	Standart Hata	Beta (β)	t	P
Sabit	1,621	0,119		13,581	0,000
Kalifiye Personel	0,536	0,040	0,544	13,397	0,000
R=0,544		R ² =0,296			
F _(1, 426) =179,482		P=0,000			
Nitelikli Restoranların Gastronomik Ürün Fiyatına Etkisi					
Değişken	B	Standart Hata	Beta (β)	t	P
Sabit	0,899	0,139		6,478	0,000
Nitelikli Restoranlar	0,654	0,042	0,598	15,414	0,000
R=0,598		R ² =0,358			
F _(1, 426) =237,603		P=0,000			
Nitelikli Restoranların Gastronomik Hizmetlerin Erişilebilirliğine ve Yeterliliğine Etkisi					
Değişken	B	Standart Hata	Beta (β)	t	P
Sabit	1,296	0,125		10,328	0,000
Nitelikli Restoranlar	0,588	0,038	0,596	15,333	0,000
R=0,596		R ² =0,356			
F _(1, 426) =235,093		P=0,000			

Basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre, kalifiye personelin gastronomik hizmetlerin erişilebilirliği ve yeterliliği üzerinde anlamlı ve pozitif etkisinin olduğu görülmektedir (R=0,472; R²=0,223; F_(1, 426)=121,917; P<0,01). Gastronomik hizmetlerin erişilebilirliği ve yeterliliği ile ilgili toplam varyansın %22'sinin kalifiye personel boyutu ile açıklandığı söylenebilir. Bu sonuçlara göre, H₇ hipotezi ka-

bul edilmiştir. Diğer bir sonuca göre, kalifiye personelin nitelikli restoranlar üzerinde anlamlı ve pozitif etkisinin olduğu belirlenmiştir (R=0,544; R²=0,296; F_(1, 426)=179,482; P<0,01). Nitelikli restoranlar ile ilgili toplam varyansın %29'unun kalifiye personel boyutu ile açıklandığı söylenebilir. Buna göre, H₈ hipotezi kabul edilmiştir. Diğer yandan, nitelikli restoranların gastronomik ürün fiyatı üzerinde anlamlı ve po-

zitif etkisi bulunmaktadır ($R=0,598$; $R^2=0,358$; $F_{(1,426)}=237,603$; $P<0,01$). *Gastronomik ürün fiyatı* ile ilgili toplam varyansın %35'inin *nitelikli restoranlar* boyutu ile açıklandığını söylemek mümkündür. Bu doğrultuda, H_9 hipotezi kabul edilmiştir. Son olarak, *nitelikli restoranların gastronomik hizmetlerin erişilebilirliği ve yeterliliği* üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi bulunmaktadır ($R=0,596$; $R^2=0,356$; $F_{(1,426)}=235,093$; $P<0,01$). *Gastronomik hizmetlerin erişilebilirliği ve yeterliliği* ile ilgili toplam varyansın %35'inin *nitelikli restoranlar* boyutu ile açıklandığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda, H_{10} hipotezi de kabul edilmiştir.

Tartışma

Araştırmada elde edilen sonuçlara göre; açıklayıcı faktör analizi sonucunda ortaya çıkan altı boyuttan beşi maddelerin dağılımı açısından, orijinal ölçekteki (Oğuz ve Unur, 2018) boyutlarla bire bir örtüşmektedir. Diğer yandan araştırmada, on sekiz maddenin ölçekten çıkarılmasının ardından madde sayısı kırk altıdan yirmi sekize, boyut sayısı ise on ikiden altıya düşmüştür.

Araştırma sonucunda, toplam kırk altı hipotezden on ikisi kabul edilmiştir. ANOVA Testi sonucunda kabul edilen hipotezler; katılımcıların yaşlarına göre kalifiye personel, yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetler ve gastronomik hizmetlerin erişilebilirliği ve yeterliliği boyutlarının farklılaşp farklılaşmadığının test edildiği H_{1a} , H_{2a} ve H_{6a} hipotezleridir. Doğan ve Yılmaz'ın (2022) Hatay'ın gastronomi turizmi açısından gelişme durumunu inceledikleri araştırmada, her ne kadar ilgili araştırmanın örneklem grubu bu araştırmadaki örneklem grubundan farklı olsa da, nitelikli (kalifiye) personel boyutunun katılımcıların yaşlarına göre farklılaştığı belirlenmiştir. Ancak onlar, bu araştırmanın sonuçlarından farklı olarak, katılımcıların yaşlarına göre gastronomi kültürü boyutuna bakış açılarının farklılaştığını da tespit etmişlerdir. Bu araştırmada, Tukey testi sonuçlarına göre ileri yaştaki katılımcıların gençlere göre

Trabzon'daki kalifiye personel düzeyini daha yetersiz buldukları ortaya çıkmıştır. Bu sonuç, ileri yaştaki katılımcıların Trabzon'daki yiyecek işletmelerinde hizmet veren personelden beklentilerinin genç katılımcılara kıyasla farklı ve daha fazla olmasıyla, yaşlarından kaynaklı deneyimlerinin fazla olmasına bağlı olarak personelin eksik yönlerini daha net bir şekilde görebilmeleriyle veya geçmişteki hizmet anlayışıyla günümüz hizmet anlayışını daha doğru bir şekilde kıyaslayarak değerlendirebilmeleriyle açıklanabilir. Ayrıca ortaya çıkan sonuçlara göre, ileri yaştaki katılımcılar genç katılımcılara göre Trabzon'un *gastronomik hizmetlerini* çok daha *erişilebilir ve yeterli* olarak değerlendirmektedir. Bu sonuç, gençlerin ileri yaştaki bireylere göre, sunulan gastronomik hizmetlerden beklentilerinin daha yüksek olmasıyla açıklanabilir. Genç bireylerin ileri yaştaki bireylere göre güncel gastronomik gelişmeleri, özellikle sosyal medya üzerinden takip edebilme imkânlarının daha yüksek olması nedeniyle, gastronomik hizmetlerden beklentileri de artabilmektedir. Bununla beraber genç bireylerin ileri yaştaki bireylere göre, hizmetlere hızlı bir şekilde erişim sağlama hususuna daha fazla önem verdikleri söylenebilir.

Araştırmada, katılımcıların yaşlarına göre farklılaşan kalifiye personel, yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetler ve gastronomik hizmetlerin erişilebilirliği ve yeterliliği boyutlarına ilişkin ortalamaların üç (orta) değerine yakın olması nedeniyle, farklı yaş gruplarının bu unsurları vasat düzeyde, yani ne iyi ne de kötü olarak değerlendirdikleri söylenebilir. Bu sonuç, Trabzon'un gastronomik hizmetler ve tanıtım faaliyetleri açısından gelişme içerisinde olduğunu, henüz beklenen düzeyde olmadığını göstermektedir. Ertaş ve Kadirhan'ın (2023) Şırnak ilindeki yerel halk üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmada, bu araştırmadan farklı olarak yalnızca rekabet boyutunun katılımcıların eğitim durumlarına göre farklılaştığı tespit edilmiştir. Bu araştırmada ise, hiçbir boyutun

eğitim durumuna göre farklılaşmadığı görülmüştür.

Araştırmanın bulgularına bakıldığında, katılımcıların mesleklerine göre nitelikli restoranlar boyutu, katılımcıların gelirlerine göre ise yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetler boyutu anlamlı bir şekilde farklılaşmış ve H_{3e} ve H_{2f} hipotezleri de kabul edilmiştir. Bu araştırmanın sonuçlarından farklı olarak, Doğan ve Yılmaz'ın (2022) araştırmalarında, katılımcıların gelirlerine göre gastronomi kültürü ve nitelikli personel boyutları ile gastronomi turizmi gelişmişlik ölçeği anlamlı bir şekilde farklılaşmıştır. Ortalamalar incelendiğinde, diğer meslek gruplarına göre işsizlerin ve ev hanımlarının Trabzon'daki restoranları daha nitelikli buldukları görülmektedir. Emeklilerin ise, Trabzon'daki restoranları diğer meslek gruplarına göre daha yetersiz buldukları gözlemlenmiştir. Emekliler, aynı zamanda genel itibarıyla ileri yaş kesimini de oluşturmaktadır. Buna göre bu sonuç, ileri yaştaki katılımcıların gençlere kıyasla Trabzon'u kalifiye personel bakımından daha yetersiz bulmaları sonucu ile paralellik göstermektedir. Zira, bu araştırmada, kalifiye personel ile nitelikli restoranlar arasında bir ilişki de tespit edilmiştir. Dolayısıyla, kalifiye personel bakımından Trabzon'u yetersiz bulan ileri yaştaki emekli katılımcıların Trabzon'daki restoranları da yetersiz olarak değerlendirmesi beklenebilir. Diğer bir sonuca göre, katılımcıların gelirlerine göre yerel gastronomik unsurların tanıtımı ve akademik faaliyetler boyutuna verilen cevapların üç ortalama değerine yakın olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç, farklı gelir gruplarının Trabzon'daki gastronomik tanıtımları ve akademik faaliyetleri ne iyi ne de kötü düzeyde gördüklerini göstermektedir. Öte yandan bu araştırmada; katılımcıların eğitim durumlarına göre bakış açıları arasında anlamlı farklılık gözlemlenmezken, Doğan ve Yılmaz'ın (2022) araştırmalarında gastronomi kültürü ve nitelikli personel boyutları katılımcıların eğitim durumlarına göre anlamlı bir şekilde farklılaşmıştır.

Araştırmada T-Testi sonucunda, katılımcıların cinsiyetlerine göre nitelikli restoranlar ve gastronomik ürün fiyatı boyutlarının farklılaştığı görülmüş ve H_{3b} ve H_{4b} hipotezleri kabul edilmiştir. Ortalamalara bakıldığında, araştırmada kadınların erkeklere kıyasla Trabzon'daki restoranları daha nitelikli ve makul fiyat düzeyinde buldukları sonucuna ulaşılmıştır. Ek olarak, katılımcıların medeni durumlarına göre yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetler boyutu da farklılaşmış ve H_{2c} hipotezi de kabul edilmiştir. Ortalamalara göre, evlilerin bekârlara kıyasla Trabzon'daki gastronomik tanıtımları ve akademik faaliyetleri daha iyi durumda değerlendirdikleri görülmektedir. Ancak bekâr ve evlilerin ortalamalarının üçe yakın olması nedeniyle, yine her iki medeni durumdaki bireylerin de Trabzon'u gastronomik tanıtım ve akademik faaliyetler bakımından vasat düzeyde nitelendirdikleri söylenebilir. Konuyla ilgili yapılan benzer çalışmalarda (Doğan ve Yılmaz, 2022; Ertaş ve Kadirhan, 2023) ise, gastronomi turizmi gelişmişlik ölçeğinin boyutlarının katılımcıların cinsiyetlerine ve medeni durumlarına göre farklılaşmadığı tespit edilmiştir.

Araştırmanın diğer sonuçlarına göre, kalifiye personelin gastronomik hizmetlerin erişilebilirliği ve yeterliliği ve nitelikli restoranlar üzerinde etkisi bulunmaktadır. Bu doğrultuda H_7 ve H_8 hipotezleri de kabul edilmiştir. Bu sonuçlara göre, turizm sektöründe kalifiye personel sayısı arttıkça tüketicilerin gastronomik hizmetlere erişimi ve gastronomik hizmetlerin kalitesi de artmaktadır. Emek yoğun bir sektör olan turizmde, emeği oluşturan turizm personelinin donanımlı olmasının yanı sıra, turizm hizmetinin tamamlayıcısı durumundaki diğer sektörlerin çalışanlarının da alanıyla ilgili yeterli donanıma sahip olması, tüketicilerin daha iyi hizmet almasını sağlayabilir. Ayrıca, eğitilmiş turizm personeline sahip restoranların da tüketicilere daha kaliteli hizmet vermesi beklenebilir. Diğer yandan araştırmanın sonucuna göre, nitelikli restoranlar gastronomik ürün fiyatını ve gastronomik

hizmetlerin erişilebilirliğini ve yeterliliğini de etkilemektedir. Bu nedenle araştırmada, H_9 ve H_{10} hipotezleri de kabul görmüştür. Bu sonuç; iyi hizmet veren nitelikli restoranların, verdiği hizmetlerin karşılığı olarak tüketicilerden daha yüksek fiyat talep edebildiklerini göstermektedir. Nitelikli restoranlar aynı zamanda, turistik tüketicilerin kaliteli gastronomik hizmetlere erişimini de sağlayabilmektedir.

Bu araştırmanın sonuçlarına göre, gastronomi turizmi gelişmişliği açısından değerlendirildiğinde kalifiye personel boyutu diğer boyutlara kıyasla Trabzon'un en zayıf halkası durumundadır. Kalifiye personel boyutunun ilişkili olduğu nitelikli restoranlar da kalifiye personel yetersizliğinden etkilenmektedir. Ancak, restoranların niteliğini etkileyen tek faktörün kalifiye personel olmaması nedeniyle, nitelikli restoranlar boyutunun ortalamasının kalifiye personel boyutunun ortalamasına göre biraz daha yüksek bulunduğu söylenebilir. Ancak yine de ortaya çıkan sonuçlara bakılarak, Trabzon'un nitelikli restoranlar açısından da yetersiz olduğu söylenebilir. Alkan'ın (2019) araştırmasında da benzer bir şekilde, Nevşehir'in kalifiye personel ve nitelikli restoranlar açısından yetersiz olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca Alkan (2019), Nevşehir'de gastronomi ile ilgili akademik faaliyetlerin de yetersiz olduğunu belirlemiştir. Bu araştırmada da, yerel gastronomi tanıtımı ve akademik faaliyetler boyutunun ortalamasının üçe yakın olmasından dolayı Trabzon'un gastronomi kültürüyle ilgili akademik yayınların yetersiz olduğu söylenebilir.

Sonuç ve Öneriler

Araştırmada elde edilen sonuçlara göre, Trabzon ilinin gastronomi turizmi gelişmişlik düzeyi açısından ortalama bir seviyede yer aldığı ve gastronomik anlamdaki gelişimini halen sürdürdüğü söylenebilir. Ortalamalara bakıldığında, Trabzon'da kalifiye personel eksikliğinin yüksek olduğunu ve bu durumun Trabzon'da verilen gastronomik hizmetlerin nitelik olarak

yetersiz kalmasına sebebiyet verdiğini söylemek mümkündür. Ayrıca ortaya çıkan sonuca göre, yerel tanıtım yeterliliği de diğer boyutlara kıyasla ortalaması düşük olan boyutlar arasındadır.

Trabzon, Arap turistlerin Türkiye'de en çok ziyaret ettiği destinasyonlardan birisi durumundadır. Bu da; Trabzon'un kalifiye personel, nitelikli restoran, gastronomik hizmetlerin yeterliliği ve erişilebilirliği açısından çok daha fazla gelişme kaydetmesini zorunlu kılmaktadır. Zira, Trabzon'u ziyaret eden Arap turistler, genellikle çok fazla harcama yapma potansiyeline sahiptir. Fazla harcama yapan turistler, harcadığı paranın karşılığında kaliteli bir hizmet de beklemektedir. Bu nedenle Trabzon'daki yiyecek-içecek işletmeleri başta olmak üzere otel işletmelerinin, yerel seyahat acentelerinin, ulaştırma işletmelerinin, hediyelik eşya işletmelerinin ve diğer turizm işletmelerinin kalifiye personel istihdamına önem vermeleri, işletmelerin emek faktörü başta olmak üzere müşteriye sundukları diğer hizmetleri de iyileştirmeleri Trabzon'un gastronomik açıdan gelişim hızına ivme kazandıracaktır. Yiyecek-içecek işletmelerinin iyileştirmesi gereken diğer hizmetler; hammadde tedariki sırasında ürünlerin belirli standartlara uygunluğuna dikkat edilmesi ve tedarik edilen ürünlerin uygun koşullarda saklanması; yiyecek ve içeceklerin üretiminin geleneksel yöntemlere göre belirlenmiş olan standartlar çerçevesinde gerçekleştirilmesi ve bu standartların korunması amacıyla tescilli ve coğrafi işaretli ürün sayısının artırılması; yiyecek ve içeceklerin tedariki, muhafaza edilmesi, hazırlanması ve servisi sırasında hijyen ve sanitasyon kurallarına uyulması ve işletmelerin fiziksel kapasite, konfor ve ambiyans bakımından iyileştirilmesi olarak sıralanabilir. Özellikle işletmelerin hijyen ve sanitasyon açısından uygunluğunun, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı'nca görevlendirilmiş gıda kontrolörleri tarafından sıklıkla denetlenmesi tavsiye edilmektedir.

Gastronomik unsurların tamamlayıcısı durumundaki turizm işletmelerinin ve diğer işletmelerin de özellikle hizmet kalitesi, hijyen ve sanitasyon, uygun kapasite artırımı, tesislerdeki fiziksel imkanların iyileştirilmesi gibi konularda girişimlerde bulunması tavsiye edilebilir. Ancak, Trabzon'daki gastronomi turizminin gelişimine yönelik girişimler, sadece işletmelerin nitelik ve nicelik olarak iyileştirilmesiyle sınırlı kalmamalıdır. Özellikle Trabzon'un gastronomik çekicilikleri başta olmak üzere doğal, tarihi ve kültürel çekiciliklerinin korunması ve geliştirilmesi gerekmektedir. Ziyaretçilere sunulan gastronomik lezzetlerin belirli standartlara göre aslına uygun şekilde hazırlanması ve üretimde kullanılan malzemelerin yöresel ürünlerden temin edilmesi oldukça önemlidir. Böylece, ziyaretçilerin de beklentileri arasında yer alan ve gastronomi turizminin sürdürülebilir gelişimine imkân verecek olan yöresel gastronomik otantiklik korunabilir. Öte yandan, Trabzon'un hem şehir merkezinin hem de ilçelerinin mimari açıdan planlı bir kentsel dönüşüme girmesi, Trabzon'da yol ve peyzaj düzenlemelerinin yapılması, sahil şeridinde ve diğer bölgelerde rekreasyonel alanların ve nitelikli yiyecek-içecek işletme sayısının artırılması, sokak yemek kültürüne önem verilerek sokak yemek satıcılarına uygun alanlar hazırlanması, Trabzon'a özgü Vakfıkebir ekmeği, kuymak, hamsiköy sütlacı, Akçaabat köftesi gibi gastronomik simgelerin şehir silüetinde sıklıkla yer alması ve Trabzon'un gastronomik unsurlarının etkin olarak tanıtımı ve pazarlanmasına yönelik olarak işletmelerin ve kamu otoritelerinin girişimlerini artırması tavsiye edilebilir. Bununla beraber; ziyaretçilere şehrin gastronomik öğeleri ve diğer hizmetleri hakkında bilgi verecek turizm enformasyon bürolarının sayısının artırılması ve kentin akıllı turizm kentine dönüşümünü ve ziyaretçilerin hizmetlere etkin bir şekilde erişmesini sağlayacak engelli yürüyüş alanları, engellilere uygun ulaşım araçları, akıllı duraklar, akıllı mobil uygulamaları vb. olanakların haya-

ta geçirilmesi önerilebilir. Ek olarak, Trabzon yerel halkının bu sürece dahil edilerek yerel halkın da gastronomik farkındalığının ve bilinç düzeyinin artırılması sağlanmalıdır. Yerel halkın Trabzon'un sahip olduğu otantik lezzetleri daha iyi tanınması, aslına uygun şekilde koruma ve geliştirme bilinci kazanması gastronomi turizmi gelişimi açısından önemlidir. Bu sürecin yönetiminde kamu kuruluşlarının da etkin bir rol üstlenmesi gerektiği söylenebilir. Bu bağlamda gastronomi turizmi gelişmişliğinin göstergeleri, yalnızca zengin içerikli otantik gastronomik lezzetler ve nitelikli yiyecek-içecek işletmeleriyle sınırlı değildir. Destinasyonların gastronomi turizminde gelişme gösterebilmesi, bu süreci destekleyen ve tamamlayan diğer işletme ve sektörler başta olmak üzere diğer tüm paydaşların katılımı ve desteğiyle mümkündür. Dolayısıyla yerel, bölgesel ve ulusal düzeydeki kamu otoritelerinin, işletmelerin, yerel halkın, sivil toplum kuruluşlarının, eğitim kurumlarının ve diğer tüm paydaşların gelişimi desteklemesi ve bu gelişime ayak uydurması beklenmektedir.

Gelecekte, bu araştırmada kullanılan ölçeğin bir boyutu da olan akademik faaliyetler çerçevesinde Trabzon ve Doğu Karadeniz özelinde ve Türkiye'deki diğer gastronomi kentleriyle ilgili benzer çalışmaların yapılarak konuyla ilgili akademik çalışma sayısının artırılması tavsiye edilmektedir. Bu araştırmanın sonuçları, Trabzon yerel halkının görüşleriyle sınırlıdır. Bu nedenle gelecekte yapılacak olan araştırmalarda, konu ile ilgili diğer paydaşların da görüşlerinin alınarak nitel ve nicel ampirik araştırma sayısının artırılması önerilmektedir.

Kaynakça

Alkan, S. (2019). *Nevşehir gastronomi turizminin gelişmişlik düzeyinin belirlenmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Nevşehir Üniversitesi.

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., Yıldırım, E. (2010). *Sosyal bilimlerde araştır-*

ma yöntemleri: SPSS uygulamalı. Sakarya Yayıncılık.

Bertan, S. (2020). Impacts of restaurants in the development of gastronomic tourism. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21, 100232. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100232>

Büyüköztürk, Ş. (2015). *Sosyal bilimler için veri analiz kitabı: İstatistik, araştırma deseni, SPSS uygulamaları ve yorum*. Pegem Akademi.

Chaney, S., Ryan, C. (2012). Analyzing the evaluation of Singapore's world gourmet summit: An example of gastronomic tourism. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 309–318. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.04.002>

Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., Büyüköztürk, Ş. (2014). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları*. Pegem Akademi.

Diaconescu, D. M., Moraru, R., Stănciulescu, G. (2016). Considerations on gastronomic tourism as a component of sustainable local development. *Contemporary Approaches and Challenge of Tourism Sustainability*, 18(10), 999–1014. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/169051/1/aej-v18-sn10-p0999.pdf>

Doğan, M., Yılmaz, M. (2022). Hatay ilinin gastronomi turizmi gelişmişlik düzeyinin tespitine yönelik bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(4), 1146–1164. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1143>

Ertaş, Ç., Kadirhan, G. (2023). Şırnak'ta gastronomi gelişmişliği: Yerel halkın algısı üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(2), 847–864. <https://doi.org/10.21325/jotags.2023.1221>

Fayziyeva, S. K., Ruziev, S. S. (2022). Opportunities to develop gastronomic tourism. *Cent-*

ral Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance, 3(12), 1–7. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/8HK5R>

Gačnik, A. (2012). Gastronomy heritage as a source of development for gastronomy tourism and as a means of increasing Slovenia's tourism visibility. *Academica Turistica*, 5(2), 39–60. https://www.hippocampus.si/ISSN/2335-4194/5_2_39-60.pdf

Gajić, M. (2015). Gastronomic tourism-A way of tourism in growth. *Quaestus Multidisciplinary Research Journal*, 6, 155–166. <https://www.proquest.com/docview/1713658170?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true&sourcecetype=Scholarly%20Journals>

Gheorghe, G., Tudorache, P., Nistoreanu, P. (2014). Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism. *Cactus Tourism Journal*, 9(1), 12–21. <https://www.cactus-journal-of-tourism.ase.ro/Pdf/vol9/nistorescu.pdf>

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*. Pearson Prentice Hall.

Hegarty, J. A. (2005). Developing “subject fields” in culinary arts, science, and gastronomy. *Journal of Culinary Science and Technology*, 4(1), 5–13. https://doi.org/10.1300/J385v04n01_02

Hjalager, A. M. (2002). A typology of gastronomy tourism. Richards G., Hjalager A.M. (Eds.), *Tourism and gastronomy* içinde (s. 21–35). Routledge.

Indra, F., Juliana, J., Hubner, I., Sitorus, N. B. (2022). Development of gastronomic tourism potential in Pontianak Wes Kalimantan. *Journal of Information Systems and Management*, 1(5), 28–42. <https://jisma.org/index.php/jisma/article/view/230>

Kalenjuk, B., Tešanović, D., Gajić, S., Erdeji,

- I., Banjac, M. (2015).** Offer of authentic food as a condition for gastronomic tourism development. *The European Journal of Applied Economics*, 12(2), 27–34. <https://doi.org/10.5937/ejae12-9139>
- Kayış, A. (2017).** Güvenilirlik analizi (reliability analysis). Ş. Kalaycı (Ed.). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri içinde* (s. 403–419). Dinamik Akademi.
- Kivela, J., Crofts, J. C. (2005).** Gastronomy tourism: A meaningful travel market segment. *Journal of Culinary Science and Technology*, 4(2–3), 39–55. https://doi.org/10.1300/J385v04n02_03
- Kivela, J., Crofts, J. C. (2006).** Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(3), 354–377. https://doi.org/10.1300/J385v04n02_03
- Lakovou, E., Vlachos, D., Aidonis, D. (2009).** A strategic methodological framework for the development of gastronomic tourism: A Greek region's experience. *International Journal of Innovation and Regional Development*, 1(3), 301–318. <https://doi.org/10.1504/IJIRD.2009.021848>
- Manola, M., Koufadakis, S. X. (2020).** The gastronomy as an art and its role in the local economic development of a tourism destination: A literature review. *SPOUDAI Journal of Economics and Business*, 70(1-2), 81–92. <https://spoudai.org/index.php/journal/article/view/106>
- Meneguel, C. R. D. A., Mundet, L., Aulet, S. (2019).** The role of a high-quality restaurant in stimulating the creation and development of gastronomy tourism. *International Journal of Hospitality Management*, 83, 220–228. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.10.018>
- Mora, D., Solano-Sanchez, M. A., Lopez-Guzman, T., Moral-Cuadra, S. (2021).** Gastronomic experiences as a key element in the development of a tourist destination. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 25, 100405. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100405>
- Nesterchuk, I., Balabanyts, A., Pivnova, L., Matsuka, V., Skarha, O., Kondratenko, I. (2021a).** Gastronomic tourism: Features and development tools. *Linguistics and Culture Review*, 5(S4), 1871–1885. <https://doi.org/10.21744/lingcure.v5nS4.1877>
- Nesterchuk, I., Bondarenku, E., Osipchuk, A., Romaniuk R., Trushii, O. (2022).** The methodology of territory zoning of the Ukrainian right-bank polissia for the gastronomic tourism development purposes. *GeoJournal Tourism Geosites*, 44(4), 1271–1281. <https://doi.org/10.30892/gtg.44411-943>
- Nesterchuk, I., Osipchuk, A., Bondarenko, E., Tyshchenko, S., Trusij, O. (2021b).** Elaboration of an optimal model for the development of gastronomic tourism in the right-bank polissia of Ukraine. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 38(4), 1107–1117. <https://doi.org/10.30892/gtg.38416-750>
- Oğuz, S., Unur, K. (2018).** Gastronomi turizmde gelişmişlik göstergeleri ölçeği: Geliştirilmesi, geçerliliği ve güvenilirliği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 409–429. <https://doi.org/10.21325/jotags.2018.195>
- Okumus, B., Okumus, F., McKercher, B. (2007).** Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management*, 28(1), 253–261. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.12.020>

- Pamukçu, H., Saraç, Ö., Aytuğaz, S., Sandıkçı, M. (2021).** The effects of local food and local products with geographical indication on the development of tourism gastronomy. *Sustainability*, 13, 6692. <https://doi.org/10.3390/su13126692>
- Promnil, N., Madhyamapurush, W., Muenwongthep, T., Sakuljimjai, J. (2021).** Community-based gastronomy tourism development-The case of Northern Thailand. *Turkish Journal of Compute and Mathematics Education*, 12(13), 3228–3235. <https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i13.9135>
- Richards, G. (2002).** Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption?. G. Richards, A.M. Hjalager (Ed.), *Tourism and gastronomy* içinde (s. 3–20). Routledge.
- Richards, G. (2014, November 27-29).** *The role of gastronomy in tourism development* [Paper presentation]. International Congress on Noble Houses: A Heritage for the Future, Tilburg University, The Netherlands.
- Santich, B. (2004).** The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *Hospitality Management*, 23(1), 15–24. [https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(03\)00069-0](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(03)00069-0)
- Sharma, S. (1996).** *Applied multivariate techniques*. John Wiley & Sons.
- Sorcaru, I. A. (2019).** Gastronomy tourism-A sustainable alternative for local economic development. *Annals of the University Dunarea de Jos of Galati: Fascicle: I, Economics and Applied Informatics*, 25(1), 103–110. <https://doi.org/10.35219/eai1584040912>
- Sormaz, U., Akmes, H., Gunes, E., Aras, S. (2016).** Gastronomy in tourism. *Procedia Economics and Finance*, 39, 725–730. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100232>
- Şencan, H. (2005).** *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde güvenilirlik ve geçerlilik*. Seçkin Yayıncılık.
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S. (2013).** *Using multivariate statistic* (6. baskı). Pearson.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2023).** *İl ve cinsiyete göre nüfus, yıllık nüfus artış hızı ve nüfus yoğunluğu*. <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Nufus-ve-Demografi-109> adresinden 21 Aralık 2023 tarihinde alınmıştır.
- Valverde-Roda, J., Medina Viruel, M. J., Castano Prieto, L., Solano Sanchez, M. A. (2022).** Interests, motivations and gastronomic experiences in the world heritage site destination of Granada (Spain): Satisfaction analysis. *British Food Journal*, 125(13), 61–80. <https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2021-0830>
- Vukolic, D., Gajic, T., Penic, M. (2022).** The effect of social networks on the development of gastronomy-The way forward to the development of gastronomy tourism in Serbia. *Journal of Tourism Futures*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print, 1–16. <https://doi.org/10.1108/JTF-01-2022-0034>
- Wijaya, I. N. C. (2023).** Exploring the evaluation and prospects of gastronomy tourism development in Tista Tourism Village, Tabanan: A comprehensive analysis. *International Journal of Glocal Tourism*, 4(3), 235–244. <https://doi.org/10.58982/injogt.v4i3.498>
- Yentür, F., Demir, G. (2022).** Travel agencies' role in gastronomy tourism development and a gastronomy tour example. *Journal of Tourism, Leisure and Hospitality*, 4(2), 165–171. <https://doi.org/10.48119/toleho.1175826>