

**T.C.
İSTANBUL GEDİK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**



**FINE DINING RESTORANLARDA TÜRK MUTFAĞININ YERİ:
İSTANBUL ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Seçil TOP

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Tezli Yüksek Lisans Programı

OCAK 2021

**T.C.
İSTANBUL GEDİK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**



**FINE DINING RESTORANLARDA TÜRK MUTFAĞININ YERİ:
İSTANBUL ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Seçil TOP
(181247003)**

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Tezli Yüksek Lisans Programı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Nihan YARMACI

OCAK 2021



T.C.
İSTANBUL GEDİK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

Yüksek Lisans Tez Onay Belgesi

Enstitümüz, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Tezli Yüksek Lisans Programı 181247003 numaralı öğrencisi Seçil Top'un "Fine Dining Restoranlarda Türk Mutfağının Yeri: İstanbul Örneği" adlı tez çalışması Enstitümüz Yönetim Kurulunun 12.01.2021 tarih ve 2021/02 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından Oy Birliği ile Yüksek Lisans tezi olarak Kabul edilmiştir.

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

İmzası

Tez Savunma Tarihi :14/01/2021

1)Tez Danışmanı:

.....

2) Jüri Üyesi :

.....

3) Jüri Üyesi :

.....

Not: Öğrencinin Tez savunmasında **Başarılı** olması halinde bu form **imzalanacaktır**. Aksi halde geçersizdir.

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Fine Dining Restoranlarda Türk Mutfağının Yeri: İstanbul Örneği” adlı çalışmanın, proje safhasından sonuçlanmasına kadar ki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Bibliyografya’da gösterilenlerden olduğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim.(14/01/2021)

Seçil TOP





Aileme,

ÖNSÖZ

Fine dining restoranlarda Türk mutfak kültürünün yerini saptamak amacıyla hazırlanan araştırma süreci boyunca bana yol gösteren ve desteğini esirgemeyen değerli tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Nihan YARMACI'ya tezime katkılarından dolayı teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca araştırma sürecinde verdikleri destekten dolayı arkadaşlarıma teşekkürlerimi sunarım. Tüm hayatım boyunca, en büyük destekçim olan ve her zaman yanımda bulunup bana kendine güvenmeyi aşıl原因 sevgili Annem'e sonsuz saygı ve sevgilerimle.

Ocak 2021

Seçil TOP

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ.....	v
İÇİNDEKİLER	vi
KISALTMALAR	vii
ÇİZELGE LİSTESİ.....	viii
ŞEKİL LİSTESİ.....	ix
ÖZET.....	x
ABSTRACT	xi
1.GİRİŞ	1
2. TÜRK MUTFAĞI	3
2.1 Türk Mutfağı ve Tarihsel Gelişimi.....	3
2.2 Türk Mutfağı'nın Genel Özellikleri	13
2.3 Türk Mutfak Kültürüne Etki Eden Faktörler	18
2.3.1 Batı kültürünün etkisi	19
2.3.2 Göç ve kentleşme	19
2.3.3 Kitle iletişim araçları	20
2.3.4 Kadının çalışma yaşamına girmesi	22
2.3.5 Gıda endüstrisindeki gelişmeler	23
2.3.6 Turizm etkisi.....	25
2.4 Türk Mutfağının Bölgelere Göre Farklılık ve Benzerlikleri	26
2.4.1 Marmara bölgesi	27
2.4.2 Karadeniz bölgesi	29
2.4.3 Akdeniz bölgesi	32
2.4.4 Doğu Anadolu bölgesi	37
2.4.5 Güneydoğu Anadolu bölgesi	39
2.4.6 Ege bölgesi.....	42
2.4.7 İç Anadolu bölgesi	45
2.5 Yiyecek ve İçecek Endüstrisinde Fine Dining Kavramı ve Türk Mutfağı ile İlişkisi	47
3. FINE DINING RESTORANLARDA TÜRK MUTFAĞININ YERİ	54
3.1 Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	54
3.2 Araştırmanın Yöntemi	55
3.3 Araştırmanın Evren ve Örnekleme	57
3.4 Sınırlılıklar ve Varsayımlar	58
3.5 Bulgular ve Tartışma	59
4. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	104
KAYNAKLAR	110
EKLER.....	128
ÖZGEÇMİŞ.....	131

KISALTMALAR

ABD	:Amerika Birleşik Devletleri
M.Ö.	:Milattan Önce
M.S.	: Milattan Sonra
TDK	:Türk Dil Kurumu
UNESCO	:United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
vb.	:Ve benzeri
vd.	:Ve diğerleri



ÇİZELGE LİSTESİ

	Sayfa
Çizelge 2.1: Orta Asya Türk Mutfağında Tüketilmiş Olan Bazı Gıdalar	6
Çizelge 2.2: Mevlevi Mutfağı Adlı Eserde Yer Alan Mevlana Eserlerindeki Yemekler	8
Çizelge 2.3: Kitle İletişim Araçlarının Sınıflandırılması	21
Çizelge 2.4: Türkiye’de En Çok Tercih Edilen Dondurulmuş Ürünler	24
Çizelge 2.5: Hatay Mutfak Kültürüne Ait Geleneksel Yemekler	34
Çizelge 3.1: Katılımcıların Eğitim Düzeyleri	60
Çizelge 3.2: Katılımcıların Mesleki Deneyim Süreleri	60
Çizelge 3.3: Katılımcıların Görevlere Göre Dağılımları	60
Çizelge 3.4: Fine Dining Restoranların Müşteri Tipolojisine İlişkin Bulgular	63
Çizelge 3.5: Fine Dining Restoran Müşterilerinin En Çok Tercih Ettikleri Yemeklere İlişkin Bulgular	67
Çizelge 3.6: Fine Dining Restoranlarda Menü Fiyatlandırmasına Etki Eden Faktörler ve Menü’nün Pahalılık Durumuna İlişkin Bulgular	72
Çizelge 3.7: Katılımcıların Menüde Ağırlıklı Olarak Tercih Ettikleri Mutfaklara İlişkin Bulgular	74
Çizelge 3.8: Katılımcıların Fine Dining Restoranlarda Türk Mutfağına ve Yöre Mutfalarına Yer Vermelerine İlişkin Bulgular	77
Çizelge 3.9: Katılımcıların Türk Mutfağının Tanıtımı İçin Yapılması Gerekenlere İlişkin Bulgular	81
Çizelge 3.10: Fine Dining Kavramının Tanımlanmasına İlişkin Bulgular	84
Çizelge 3.11: Fine Dining Konseptinin Şeflerin Yaratıcılığına Etkisine İlişkin Bulgular	87
Çizelge 3.12: Türkiye’de Hizmet Veren Fine Dining Restoranların Konseptte Uyguluğuna İlişkin Bulgular	90
Çizelge 3.13: Katılımcıların Türk Mutfak Kültürünün Tanıtımında Fine Dining Restoranların Katkısına İlişkin Bulgular	93
Çizelge 3.14: Türk ve Diğer Ülke Vatandaşlarının Fine Dining Konseptine Bakış Açısına İlişkin Bulgular	98
Çizelge 3.15: Türkiye’de ve Dünyada Yer Alan Fine Dining Restoranların Arasındaki Farklara İlişkin Bulgular	102

ŞEKİL LİSTESİ

	Sayfa
Şekil 2.1: Topkapı Sarayı Mutfak.....	9
Şekil 2.2: Çörekçi, Hamal ve Şekerci.....	10
Şekil 2.3: Cumhuriyet ve Sonrası Dönemde Olan Gelişmeler	13
Şekil 2.4: 2014 Yılına Ait Türkiye’de İller Bazında Mcdonald’s Restoranı Sayıları	24
Şekil 2.5: Edirne Tava Ciğer.....	28
Şekil 2.6: Höşmerim Tatlısı.....	29
Şekil 2.7: Gelecoş Yemeği.....	30
Şekil 2.8: Taflan Kavurması.....	31
Şekil 2.9: Ekşili Pilav	32
Şekil 2.10: Künefe	35
Şekil 2.11: Kabune Pilavı	36
Şekil 2.12: Cağ Kebabı	38
Şekil 2.13: Beyran	41
Şekil 2.14: Fine Dining Restoran Yemeği	51

FINE DINING RESTORANLARDA TÜRK MUTFAĞININ YERİ: İSTANBUL ÖRNEĞİ

ÖZET

Fine dining restoranlar, dünya mutfaklarından etkilenen, yaratıcılığa önem veren, küçük porsiyonların bulunduğu, genellikle sezonluk ve yerli ürünlerin kullanıldığı ve atmosferin ön planda olduğu bir restoran çeşididir. Bu araştırmanın amacı, İstanbul'da faaliyet gösteren fine dining restoranlarda Türk mutfağının yerini belirlemektir. Ülkelerin ve farklı mutfakkültürüne sahip uzmanların fine dining algıları, sosyal yapı ve kültürel faktörlerin etkisiyle değişiklik göstermektedir. Bu bağlamda, mevcut çalışma Türkiye'de fine dining restoranlar ile ilgili durumu ortaya koyması açısından önem taşımaktadır. Çalışmanın, literatürde bulunan sınırlı sayıdaki diğer çalışmalara katkı sağlaması ve bu konuda ileride gerçekleştirilecek çalışmalara fikir sağlaması planlanmıştır. Araştırmanın amacına yönelik olarak bulgular, 12 yarı yapılandırılmış soru aracılığıyla fine dining restoranlardamutfak ve restoran alanında çalışan17 yönetici düzeyindeki katılımcı ile 27 Mayıs 2020 – 8 Ağustos 2020 tarihleri arasında pandemi nedeni ile hem dijital hem de yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Bu doğrultuda, görüşme soruları araştırma kapsamında yer alan İstanbul'dakifine diningrestoran yöneticilerinin üzerinde uygulanmıştır. Görüşme tekniği ile elde edilen verilere içerik analiz yapılmıştır. Araştırma evreni İstanbul'da faaliyet gösteren fine dining restoran işletmelerinden oluşmaktadır. İstanbul'da faaliyet gösteren 17 adet fine dining restoran işletmesi ile araştırmacı tarafından iletişime geçilerekfine dining konseptinde hizmet vermediğini beyan eden 2 restoran işletmesi araştırma evreninden çıkartılmıştır. Araştırmacı tarafından iletişime geçilen ancak araştırmaya katılmak istemeyen ya da yoğunluk nedeniyle olumlu dönüş yapamayan işletmeler / kişilerden sonra 14 fine dining restoran işletmesinden 17 yönetici ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler sonucunda fine dining restoran konseptinin Türkiye'de kabul görülmesinin sıkıntılı bir süreç olduğu, fine dining konseptine bakış açısının ön yargılı olduğu tespit edilmiştir. Konseptte uygun çalışan restoranların menü fiyatlarının yüksek olması, standart ve özel ürünlerin tedarik sürecinde karşılaşılan zorluklar gibi nedenlerle faaliyetlerine uzun süre devam edemeyecekleri saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler:Restoran işletmeciliği, Fine dining, Türk mutfağı, İstanbul

THE PLACE OF TURKISH CUISINE IN FINE DINING RESTAURANTS: ISTANBUL EXAMPLE

ABSTRACT

Fine dining restaurants are a type of restaurant where the menus are influenced by the world cuisines, importance is attached to creativity, small portions are served, seasonal and local products are used in general, and ambiance is prioritized. The purpose of this study was to identify the place of Turkish cuisine in the fine dining restaurants operating in Istanbul. In different countries and different culinary cultures, the perceptions about fine dining vary depending on the influence of the social structure and cultural factors. In this context, this study is important in terms of revealing the current situation regarding the fine dining restaurants in Turkey. It was planned that this study would contribute to the limited number of studies in the literature and give inspiration to the future studies on this subject. We received 17 authorized persons' opinions regarding the subject between 27 May and 8 August 2020. The participants, whose opinions were received, consisted of those (business manager, cuisine chef, etc.) who had sufficient professional experience and worked in the fine dining restaurants operating in Istanbul. Their opinions were taken by asking 12 questions using the semi-structured interview technique. The population of the study consisted of the fine dining restaurants operating in Istanbul. Since the population was limited in number, the study was carried out by reaching all the restaurants in the population. The information about the study domain was obtained from Tourism Restaurant Investors and Gastronomy Businesses Association. By contacting 17 fine dining restaurant establishments operating in Istanbul, meetings with 14 fine dining restaurants, who accepted the research, were recorded face-to-face and digitally due to the pandemic. However, the businesses/individuals that/who did not want to participate in the study or could not participate due to the workload were excluded from the study. In the light of the data obtained, it was found that the acceptance of the concept of fine dining restaurant in Turkey had been a troubled process and there were some prejudices against the fine dining concept. It was determined that the restaurants adopting this concept would not be able to continue their activities for a long time due to the high menu prices and the difficulties encountered in the procurement process of standard and special products.

Keywords: *Restaurant management, Fine dining, Turkish cuisine, İstanbul*

1.GİRİŞ

Hizmet sektörünün içerisinde yer alan yiyecek ve içecek işletmeleri günümüzde sektörde yaşanan gelişmelerden hızla etkilenmektedir. Yiyecek ve içecek işletmeleri bireylerin sadece biyolojik ihtiyaçlarını giderdikleri yer olmanın yanı sıra sosyalleşme ihtiyacını da karşılayan bir yer haline gelmiştir(Tuncer, 2017). Yiyecek ve içecek işletmeleri kendi evlerinin dışında dışarıda bir yerde yemek yemeyi isteyen insanlara, ürettiği ve işlediği yiyecek ve içeceklerin satışını yaparak bunları sunan, bireylerin yeme ve içme ihtiyaçlarını gidermeyi meslek haline getiren ve bunun yanı sıra sosyalleştiren faaliyetler de sunabilen işletmelerdir(Akoğlu ve Öztürk, 2018).Yiyecek ve içecek sektörünün gelişmesine paralel olarak yiyecek ve içecek işletmelerinin sayısının artması işletmelerinin sınıflandırılması ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır. Buna göre yiyecek ve içecek işletmeleri ticari (lüks, etnik vb. restoranlar) ve ticari olmayan (kurumsal ve endüstriyel) işletmeler şeklinde gruplandırılmaktadır (Sökmen, 2011). Bu bağlamda yiyecek ve içecek endüstrisinin içerisinde yer alan restoranlar arasında çeşitli farklılıklar bulunmaktadır. Restoranlar sahip oldukları menü içeriği, menü fiyatı, yiyecek ve hizmet kalitesi ve atmosferi gibi etkenler gözetilerek de sınıflandırılmaktadır(Lunberg, 1989). Bu noktada sınıflandırılan restoranlar içerisinde yeni bir restoran konsepti olan fine dining restoran karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde tüketici durumunda olan bireyler sosyolojik ve psikolojik nedenlerden dolayı yeme ve içme ihtiyaçlarını dışarıda karşılamaktadır.Dışarıda yeme faaliyeti gün geçtikçe artış göstermiş ve insanların farklı deneyimler yaşamak için restoranları tercih etmesine neden olmuştur. Bu faaliyetler, insanların biyolojik ihtiyaçlarını karşılamının ötesine geçerek insanların kendilerini gerçekleştirme gereksinimlerine hizmet eder hale gelmiştir. Bu gereksinimler sonucu günümüzde daha çok tanınır hale gelen konseptlerden bir tanesi de fine dining konseptidir.

Fine dining restoranlar diğer ülke mutfaklarından etkilenen, yaratıcılığa önem veren, besin değeri fazla fakat daha küçük porsiyonların bulunduğu, atmosferin ve servisin önem verilerek sunulduğu bir restoran türüdür (Hwang ve Ok, 2013).Geçmişte Fransız mutfağı ile ilişkilendirilen fine dining, günümüzde diğer mutfaklardan da

etkilenecek uluslararası alanda daha bilinir hale gelerek yenilikçi bir şekil almıştır. Fine dining restoranlarda yemek ve yemeğin servisi etkili bir şekilde bütünleşerek önemli bir hal almıştır. Bu konseptli restoranlarda hizmet veren aşçılar bu konsepti kendilerine bir rota olarak belirleyerek konseptin sunduğu farklılaşma, ve yenileşme çerçevesi içerisinde hem kendilerini hem de hizmet sundukları restoranları daha bilinir hale getirmektedirler. Türkiye’de fine dining konseptine ait yemek kültürü ile ilgili anlam karmaşası mevcuttur. Türk vatandaşları diğer ülke vatandaşlarına göre fine dining kavramına daha uzak konumdadırlar. Bunu etkileyen temel unsurlar arasında restoranlarda verilen yemek porsiyonunun küçük olması ve fiyatların yüksek bulunması yer almaktadır.

Bu araştırmanın amacı İstanbul’da faaliyet gösteren fine dining restoran işletmelerinde Türk mutfağının yerini tespit etmektir. Çalışmanın ilk bölümde, Türk mutfağının tarihsel gelişimi, genel özellikleri ve mutfak kültürüne etki eden faktörler, Türk mutfağının bölgelere göre farklılık ve benzerlikleri, yiyecek ve içecek endüstrisinde fine dining kavramı ve Türk mutfağı ile ilişkisi aktarılmıştır. İkinci bölümde ise araştırmanın amacı ve önemi, araştırmanın yöntemi, evren ve örneklem, sınırlılıklar ve varsayımlar, bulgular ile sonuç ve öneriler yer verilmektedir. Ülkelerin ve farklı mutfak kültürüne sahip uzmanların fine dining algıları sosyal yapı ve kültürel faktörlerin etkisiyle değişiklik göstereceği (Akoğlu ve Öztürk, 2018) için mevcut çalışma Türkiye’de fine dining restoran işletmeleri ile ilgili durumu ortaya koymak adına da önem taşımaktadır. Bu çalışmanın sonucunda fine dining restoranların Türk mutfak kültüründe uygulanabilirliği ve Türk mutfak kültürünün tanıtımına etki edecek diğer hususlar konusundaki yapılacak olan çalışmalara öncü olması öngörülmektedir. Çalışma sonucunda literatürde bulunan boşluğa katkı sağlamak ve bu konuda gerçekleştirilecek çalışmalara fikir ve destek sağlaması planlanmaktadır. Araştırmanın sonuçları, Türk mutfak kültürü konusunda eğitim almakta olan gastronomi ve aşçılık öğrencilerine ve bu konuda eğitim vermekte olan akademisyenlere de öngörüler sunarak yardımcı olacaktır. Bunun yanı sıra yiyecek ve içecek alanında hizmet veren diğer şeflere ve hizmet verecek şef adaylarına fine dining restoranlarda Türk mutfağının yeri konusunda bilgilendirme sağlayacaktır.

2. TÜRK MUTFAĞI

Bu bölümde, Türk mutfağının tarihsel gelişimi, genel özellikleri ve mutfak kültürüne etki eden faktörler ele alınmıştır. Ayrıca, Türk mutfağı ile ilgili yapılan çalışmalar ile Türk mutfağı bütünü içerisindeki Marmara, Karadeniz, Akdeniz, Doğu Anadolu, Güneydoğu Anadolu, Ege ve İç Anadolu bölgelerine ait mutfaklar hakkında literatürde yer alan incelemelere de yer verilmiştir.

2.1 Türk Mutfağı ve Tarihsel Gelişimi

İnsanın doğal ihtiyaçlarının başında beslenme yer almaktadır. İnsan yaşamının devamının sağlanabilmesi için beslenme şarttır. Bu nedenle her milletin kültüründe beslenme vazgeçilmez bir unsur niteliği taşımaktadır. Milletlerin beslenme ile ilgili kültürlerine genellikle "mutfak" ismi verilmektedir(Gökçe, 1982). Türk mutfağı kavramı, Türkiye'de yaşamını sürdüren insanların tükettiği yiyecek ve içecekleri, bu yiyecek ve içeceklerin hazırlanması işleminde kullanılan araç ve gereçleri ile mutfak etrafında gerçekleştirilen işlemleri kapsamaktadır(Kaya, 2016).

Mutfak kültürünü, yaşanılan coğrafyanın yapısı, dini, dili, yaşam tarzı, gelenek ve göreneklere şekillendirmektedir. Her toplum kendine özgün bir yemek kültürüne ve buna bağlı olarak bir mutfak kültürüne sahiptir (Bucak ve Taşpınar, 2014). Türk toplumu da yemek çeşitliliği ve lezzeti yönünden diğer topluluklara göre değişiklikler göstermektedir(Batu, 2015). Türk Milleti, köklü bir tarihe sahip olması ile beraber zengin bir kültürel yapıya da sahiptir. Türk mutfak kültüründe bozkır kültürünün etkilerinin yanı sıra Akdeniz coğrafyasının barındırdığı çeşitlilik de yer almaktadır(Cömert ve Alabacak, 2019). Çin ve Fransız mutfakları ile beraber Türk mutfağı, dünyanın sayılı üç mutfağından biri olarak gösterilmektedir. Türk Mutfağı'nın bilinirliği çeşitli malzemelerin ve lezzet vericilerin farklı şekillerde kullanılması ile çok farklı tür ve tatlarda yemeklerin üretilmesinden kaynaklanmaktadır (Baysal, 1997). Türk Mutfağı'nın zengin oluşunun ilk sebebi, yiyecek ve içecek hammaddesi kaynaklarımızın bol ve çeşitli olmasıdır. Bu zenginliğin diğer bir sebebi ise, milletimizin köklü bir tarihe ve uygarlığa sahip

oluşudur. Türkler İlkçağ'dan beri birçok milletle komşuluk ilişkisinde bulunmuş, zaman zaman bu milletlerle iç içe yaşayarak onlarla yiyecek ve içecek kültürü alışverişi gerçekleştirmiştir (Talas, 2005).

Arkeolojik kazılar, eski mutfak kültürü hakkında bilgi sahibi olma noktasında fayda sağlamaktadır. Yapılan kazılar neticesinde Orta Asya'da çeşitli kaplar ve şarap kadehlerine rastlanması o dönemin mutfak kültürünün gelişmişliğini ortaya koymaktadır. Ayrıca yapılan kazılarda çıkartılan bıçaklar, kaşıklar ve fincanlar da bu durumu daha net açıklamaktadır (Abalı, 2017). Ürünlerin çeşitli olması, tarihsel süreç boyunca diğer kültürlerle sağlanan etkileşim, Selçuklu ve Osmanlı saraylarındaki lezzetler ve Mezopotamya'dan kaynaklanan Anadolu Mutfağı'nın varlığı gibi faktörler Türk Mutfağı'nın zenginliğini sağlayan unsurlar olmuştur (Aydoğdu ve Mızrak, 2017).

Neolitik Dönemin başlangıcına kadar olan sürede insanlar yaşamını devam ettirebilmek için avcı ve toplayıcı kültüre sahip oldukları görülmektedir (Akın ve Balıkcı, 2018). Türkler, Cilalı Taş Çağı'nda Orta Asya'ya yerleştikten sonra Ural ve Altay Dağları arasında kalan bölgede yaşamaya başlamışlardır. İlk gıdaları, buğday unu katılan yağlı hamur işleri, süt ve süt ürünleri, at ve koyun etinden oluşurken, ilk içkileri ise kısrak sütünden yapılan kımızdır (Koşay, 1982). Ayrıca, üzümünden elde edilen sirke, pekmez ve şarap da bu dönemde Türkler tarafından kullanılmıştır. Türk mutfağında süt; diğer yandan yağ, peynir, yoğurt, ayran, çökelek gibi süt ürünleri ve süt katılarak yapılan tatlılarda tüketilmiştir (Solmaz ve Dülger Altın, 2018).

Et, Türk mutfak kültüründe oldukça önemli bir yere sahip olmuştur. Orta Asya'da M.S. 6. ve 8. yüzyıllara ait mezarlardan en çok koyun eti tüketildiği, bunun yanında at, sığır ve geyik etlerinde yenildiği ile ilgili bulgular elde edilmiştir. Daha sonraki mezarlarda ise kuş ve balık kalıntılarına da rastlanması üzerine yemek kültüründe değişiklik yaşanıldığı görülmektedir (Sürücüoğlu ve Özçelik, 2007). Türkler, hayvanın ayak, baş, beyin ve iç organları gibi birçok bölümünü çeşitli pişirme yöntemleri ile hazırlayarak farklı şekilde isimlendirmişlerdir. Örneğin, 11.yüzyıl Orta Asya döneminde hayvan bağırsağı dolma olarak kullanılıp "soktu" adını almıştır. Keçi ve koyun gövdelerinin ateş ya da kül içinde pişirilen şekli "gömme", "gömbe" ya da "közleme" ismini almıştır (Şeren Karakuş ve diğ., 2015).

Türkler, eti uzun süre bozulmadan muhafaza edebilmek amacıyla konserve yapmayı öğrenmişlerdir. Türkler tarafından yiyecekleri muhafaza edebilmek için kurutma, kavurma ve fermantasyon yöntemleri de kullanılmıştır. Eski Türkler fermantasyon yöntemi ile etleri bağırsak kılıflarında fermante ederek sucuk yapımını öğrendikleri görülmektedir (Demirgöl, 2018). Pastırma ve sucuğun uzun süre muhafaza edilebilir olması göçebe yaşama uygunluğunu sağlamaktadır. Ayrıca kurutulmuş et ve et tozu da pastırma ile beraber savaş sırasında önem kazanan gıda maddeleri oluşturmaktadır (Tezcan, 1982). Orta Asya'da Türklerin, sütü herhangi bir işlem den geçirilmeden içtikleri gibi yağ, yoğurt, ayran, peynir ve kaymak yaparak da tükettikleri bilinmektedir. Sıcak sütün "kor" adı verilen mayanın kullanılmasıyla elde edilen yoğurt da fazla miktarda tüketilen bir besin maddesi olmuştur (Genç, 1982).

Asya'da, ziraat ürünleri ve sulama kültürünü ortaya çıkartan tarih öncesi kazılar Türklerin tarım yaptıklarını ortaya çıkarmıştır. Eskiden Türkler, buğday, arpa, darı, mısır, pirinç ekimi gerçekleştirmişlerdir. Önemli bir yere sahip olan ekmek ise, buğday, arpa ve darıdan elde edilmiştir. Yuga, yuvga ya da yupka ismi verilen bir tür ince yapıya sahip ekmeğin yapımında buğday ve arpa unu tercih edilmiştir (Kılıç ve Albayrak, 2012). Türklerin ıspanak, karnabahar, kabak, havuç, sarımsak ve şalgam gibi sebzelerin ziraatiyle uğraştıkları bilinirken, yetiştirdikleri üzüm, armut, elma, ayva, dut, iğde, erik, şeftali, kayısı, ceviz ve fıstık gibi meyveleri de fazla miktarda tükettikleri Yusuf Has Hacib'in eserinde yer almaktadır (Memiş ve Ersoy, 2007).

Türk mutfak kültüründe Orta Asya'da İslam öncesi ve sonrası değişimler görülmektedir. İslamın etkisi ile beraber Türklerin yiyecek ve içecekleri arasında süt ürünleri, et ile yapılan yemekler, buğdaydan yapılan yemekler, hamur işleri, içecek olarak kımız, şarap bulunmaktadır. Literatür taraması sonucunda elde edilen veriler doğrultusunda Orta Asya Türk Mutfağına ait bazı gıdalar Çizelge 2.1'de özetlenmiştir. Orta Asya dönemine ait Türk mutfağında yer alan ve tüketilen gıdalar ve içecekler türlerine göre ayrılarak et ve et ürünleri, süt ve süt ürünleri, tahıl ve baklagiller, ekmekler, çorbalar, alkollü ve alkolsüz içecekler ile meyveler şeklinde incelenmiştir. Buna göre Orta Asya Türk mutfağında tüketilen gıdalar incelendiğinde et ve et ürünlerinin önemli bir yere sahip olduğu gözlemlenmektedir. Tavşan, geyik ve at etinin dışında koyun etinin de tüketiminin yaygınlaştığı görülmektedir. Hayvan etlerini uzun süre muhafaza etmek amacıyla çeşitli yöntemlerden yararlanmışlardır. Ayrıca etler belirli işlemlerden geçirilerek pastırma ve sucuk haline getirilmiştir.

Hayvanların etinin yanı sıra sütünden de yararlanılarak yoğurt, tereyağı, çökelek gibi gıda ürünleri elde edilmiştir. Orta Asya Türk mutfağında et ürünlerinin dışında tahıl ve baklagiller de önemli bir yere sahiptir. Arpa, buğday, yulaf, darı, mercimek, bulgur, yarma bunlar arasında bulunmaktadır. Tahıllardan un elde edilerek ekmek, bazlama, yufka yapılmıştır. Hazırlanan çorbaların içerisinde baklagiller ve süt ürünleri kullanılmıştır.

Çizelge 2.1: Orta Asya Türk Mutfağında Tüketilmiş Olan Bazı Gıdalar

Yiyecek ve İçecek Türü	Yiyecek ve İçecekler
Et ve Et Ürünleri	<ul style="list-style-type: none"> • Koyun ve at eti, • Tavşan ve geyik eti, • Kavurma ve sakatatlar • Pastırma ve sucuk
Süt ve Süt Ürünleri	<ul style="list-style-type: none"> • Kısırak sütü, yoğurt, ayran, çökelek ve terayağ • Kefir • Keş • Kurut
Tahıl ve Baklagiller	<ul style="list-style-type: none"> • Arpa, yulaf, buğday ve darı • Yarma ve keşkek • Mercimek • Bezelye, bakla ve kişniş
Ekmekler	<ul style="list-style-type: none"> • Somun, bazlama ve yufka
Çorbalar	<ul style="list-style-type: none"> • Topık süngük (paça çorbası) • Tarhana çorbası, yoğurtlu çorba, mercimek çorbası ve un çorbası • Umaç (oğmaç, omaç)
Alkolsüz İçecekler	<ul style="list-style-type: none"> • Lo • Boza
Alkollü İçecekler	<ul style="list-style-type: none"> • Kımız • Begni • Tarasun • Şarap • Medus ve camum
Meyveler	<ul style="list-style-type: none"> • Üzüm ve karpuz • Kiraz ve kayısı

Kaynak: (Demirgül, 2018)

Orta Asya döneminden sonra Anadolu'nun fethedilmesiyle birlikte Selçuklu dönemi mutfağında yaşanan gelişmelere aşağıda yer verilmektedir. Anadolu'yu fetheden Selçuklular bu bölgede zengin bir kültür oluşturmayı başarmışlardır. Selçuklu mutfağında İslam'ın etkisiyle birlikte geleneksel gıdalara yer verilmiş ve sadelik dikkat çekmiştir. Türkler, Selçuklu devrinde de büyükbaş ve küçükbaş hayvanların sütleri, etleri, kümes hayvanları, tarımsal bitkiler, yabani otlar, ağaçlar ve meyveler

ile beslenme ihtiyaçlarını karşılıyorlardı. Bu dönemde süt ile sütten elde edilen yoğurt, peynir, kaymak, tereyağı gibi besin maddelerinin tüketildiği bilinmektedir. Eti yenen hayvanlar, kuzu, koyun, erkek keçi, oğlak, at, tavuk, kuş ve balık şeklinde sıralanabilir (Köymen, 1982).

Anadolu'da bir Türk devleti kuran Selçuklular hakim oldukları bölgelerde bağ, bahçe ve tarlalarda faaliyetlerini devam ettirmişlerdir. Başlıca tahıl ve baklagil isimleri buğday, arpa, yulaf, pirinç, nohut vefasulye şeklinde sıralanabilir. Dönemin ekmekleri incelendiğinde yufka ekmeği, kepek ekmeği, buğday ekmeği, arpa ekmeği ve somun ekmeği ortaya çıkmaktadır(Sevim ve Güllü, 2019).

Selçuklu döneminde yazılan Seluknamelerde, tören yemeklerinde pilavlar, yahniler, kebablar, çorbalar, tutma, ekmek ve sebze yemekleri ile helva ve kadayıfın verildiği belirtilmektedir. Meyvelerden elma, üzüm, ayva gibi meyvelerin taze veya kurutulularak hoşaflarının yapıldığı bilinmektedir. Sebzelerdenturp, havuç, ıspanak eski dönemlerden beri mutfakta yer almıştır(Akın ve diğ., 2015).Selçuklularda kuşluk ve akşamolmak üzere iki oğn yemek yendiği bilinmektedir. Kuşluk, sabah ile oğlen arasından yenilmiş ve bu oğnde özellikle tok tutan yiyeceklere yer verilmiştir. Akşam yemeği ise hava kararmadan yenilmiş ve bol çeşit yiyeceklerin yer aldığı sofralardan oluşmuştur (Serçeoğlu, 2014).

Selçuklu dönemi Türk mutfak kültürünü anlatan önemli kaynaklardan birisi olan Mevlana'nın eserlerinde yer alan ve ismi geçen yemeklerden oluşan "Mevlevi Mutfağı" adlı eserdir. Bu eserde dönemin mutfak kültürünü yansıtan birçok yemek yer almaktadır. Bu yemekler izelge2.2'desıralanmıştır (Güldemir, 2014).izelgede Mevlevi Mutfağı adlı eserde yer alan yemekler çorbalar, mezeler, etler, kümes ve av hayvanları, deniz ürünleri, kuru baklagil ve tahıl yemekleri, sebze yemekleri, meyve yemekleri, salatalar, pilavlar, börekler, tatlılar, ekmekler ve ekmekle yapılan yiyecekler, çörekler, içecekler, dışarı yemekleri ve saklama türleri olmak üzere gruplara ayrılarak incelenmiştir. Mevlevi Mutfağı adlı eserde bahsedilen yemekler dönemin mutfak kültürünün anlaşılmasında yardımcı olmaktadır. Çizelgede yer alan yemekler incelendiğinde Selçuklu mutfağında hazırlanan çorbaların içerisinde tahıl ve baklagiller ile sakatatlar yer almıştır. Et ve et ürünlerinden çeşitli kebablar hazırlanmıştır. Sebze yemeklerinde ıspanak, kereviz, pırasa, kabak gibi sebzelere sıklıkla yer verilmiştir. Selçuklu mutfağında yapılan ekmekler, çörekler ve börekler

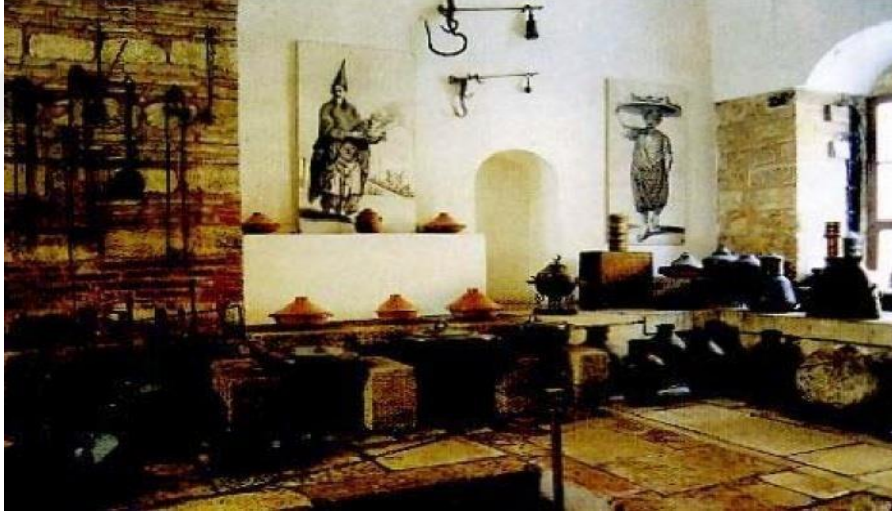
ile hamur işlerinde çeşitlilik gözlemlenmektedir. Tatlılar içerisinde ise reçeller ve çeşitli helvalar dikkat çekmektedir.

Çizelge 2.2: Mevlevi Mutfağı Adlı Eserde Yer Alan Mevlana Eserlerindeki Yemekler

Grup	Yemekle İlgili Bilgi
Çorbalar	İşkembe çorbası, mercimek çorbası, tandır çorbası, tarhana çorbası, tutmaç çorbası
Mezeler	Yumurtalar, laganga, kavurmalı yumurta
Etlер	Calla, çömlek kebabı, gerdan eti, şiş kebabı, tava kebabı, sakatatlar, ciğer kalyesi, paça
Kümes ve Av Hayvanları	Bıldırıcınlı pilav
Deniz Ürünleri	Balık tavası, sazan balığı fırını
Kuru Baklagil ve Tahıl Yemekleri	Bulgur aşı, herise(keşkek), mercimek aşı(bulgurlu), mercimek aşı(erişteli), nohutlu yahni
Sebze Yemekleri	Taze börülce boranisi, ekşili ıspanak, et kabağı(ekşili kabak),ıspanak boranisi, lahana boranisi, tatlılı ıspanak, kereviz kalyesi, kış kabağı, pırasa kalyesi, şalgam kalyesi
Meyve Yemekleri	Pekmezli ayva yemeğı, pekmezli elma yemeğı, pekmezli havuç yemeğı
Salatalar	Patlıcan salatası, cacık, sarımsaklı yoğurt, sumaklı soğan piyazı
Pilavlar	Bulgur pilavı, pirinç pilavı, tatar aşı
Börekler	Börek içleri, su böreğı, sac böreğı, tandır böreğı
Tatlılar	Bulamaç aşı, gülbeşeker, gül reçeli, gülbeşeker şemsiyesi, baklava, badem helvası, bal helvası, kar helvası, pekmez helvası, şeker helvası, kadayıf, aşure, paluze, pekmezli ceviz, safranlı zerde, zerdali hoşafı
Ekmekler ve Ekmekle Yapılan Yiyecekler	Sızdırılmış yağ, bazlama, et tiridi, tandır ekmeğı, yufka ekmeğı(sac ekmeğı)
Çörekler	Çörek
İçecekler	Sirkencübin, ayran, bal şerbeti, ballı süt şerbeti,gül suyu şerbeti, incir şerbeti, kahve, nar şerbeti, şeker şerbeti, şekerli süt şerbeti, üzüm şırası
Dışarı Yemekleri	Kelle kebabı(baş kebabı), etli ekmek, fırın kebabı, peynirli börek
Saklama Türleri	Kavurma

Kaynak: (Güldemir, 2014)

Selçukluların Anadolu'ya ulaştıkları 11. yüzyıldan itibaren oluşmaya başlayan Türk mutfak kültürü 17. ve 18. yüzyılda Osmanlılar döneminde gelişerek dünyanın önemli mutfaklar arasına girmeyi başarmıştır. Osmanlı İmparatorluğu zamanında Türk mutfak kültürü daha da gelişme göstermiştir. Osmanlı mutfağı geçmişten beri kendini sürekli yenileyen bir mutfak olmuştur. Osmanlı döneminde imparatorluğun üç kuşağa yayılması, bu dönem Türk mutfak kültürünün daha da zenginleşmesine sebep olmuştur (Akkaya ve diğ.,2018). Osmanlı İmparatorluğu'nun gelişmesi Türk mutfak kültürünü de etkilemiştir. 15. yüzyıla ait yemekler çeşit olarak az sayıda ve sade görünümdeyken 16. yüzyılda ise en ihtişamlı zamanlarını yaşamıştır. 17.yüzyıl ve 18. yüzyılda bu gösterişli dönem devam ederken 19. yüzyılda Osmanlı İmparatorluğu'nun fakirleşme sürecine girmesi Türk mutfak kültürünü de etkilemiştir (Girgin ve diğ., 2017a).Osmanlıların 19. yüzyılda Batı ile ilişkilerini ileri düzeye taşımaları sonucu mutfak kültürümüz de Avrupa'dan etkilenmeye başlamıştır (Çakıcı ve Eser, 2016). Şekil 2.1'de Topkapı Sarayı'nın mutfak şekli ve mutfakta yer alan araç ve gereçlere yer verilmiştir.



Şekil 2.1: Topkapı Sarayı Mutfak

Kaynak: (Şavkay, 2000)

Osmanlı İmparatorluğu döneminde Türk mutfağı; halk mutfağı ve saray mutfağı olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Halk mutfağı, saray mutfağının gösterişine sahip olmasa da çeşit ve lezzet yönünden çok zengin durumdadır. Misafirperver bir yapısı olan halk, yapılan yemekleri misafirlerine beğendirebilmek için çok çaba sarf etmiş ve bunun için özel tatlar ortaya koymuştur. Osmanlı saray mutfağının 15. yüzyılda

İstanbul'un fethi ile başladığı ve 19. yüzyıl sonlarına kadar gelişme yaşadığı bilinmektedir(Erdoğan Aracı, 2016).

Osmanlı Saray Mutfağı'na Matbahı Amire ismi verildiği bilinmekle beraber, Matbah-ı Amire aslında bir mutfak değil, bünyesinde farklı mutfaklar, helvahane, kiler, fırınlar, miri mandıra ve simithaneyi bünyesinde bulunduran idari kurumun ismidir (Hatipoğlu ve Batman, 2014). Saray mutfakları birbirine benzer on bölümden oluşmaktadır. Güneyden başlayarak Hassa, yeni padişahın kişisel mutfağı, Valide Sultan mutfağı, hasekiler ve diğer kadınlar mutfağı, kapıağası mutfağı, Divan-ı Hümayun mutfağı, enderun ağaları mutfağı, erkek ve kadın hizmetkarların ve Divan memurlarının mutfağı şeklinde sıralanmaktadır. Birbiriyle bağlantılı son iki bölmede şekerciler yer almaktadır (Yerasimos, 2002). 19. yüzyılda İstanbul'da yemeklerin üretim ve satışı ile ilgilenen çok sayıda esnaf bulunmaktadır. Bu esnaflara örnek olarak Şekil 2.2'de soldan sağa çörekçi, hamallar ve şekerci gösterilmiştir.



Şekil 2.2: Çörekçi, Hamal ve Şekerci

Kaynak: (Samancı, 2008)

Saray yemek kültüründe, beslenme ile sağlık arasında yakın bir ilişki olduğu düşünülmüş ve saray mutfağı da buna göre şekil almıştır. Bu anlayışa göre, insan vücudunda kan, balgam, safra ve sevda olmak üzere dört hılt (humor) yer almaktadır. Hıltların dengede olması sağlığa, hıltların dengesinin bozulması ise hastalığa işaretler. Bu nedenle Mataha-ı Amire'nin büyük mutfaklarında, mevsimlere göre saray halkının hılt dengesini koruyacak yemekler yapılmaktaydı (Közleme, 2012). İlk ve sonbahar geçiş mevsimi olarak kabul edilip, hafif çorbalara, ekşili kalyelere, soğuk sebzelere daha çok yer verilerek baharatlardan kaçınılmıştır. Dört mevsim

boyuncatüketilen etli pilav ve tavuk kebabı gibi yemeklerin ise her mevsim tüketilebilen hılt dengesine zarar vermeyen yiyecekler olduğu anlaşılmaktadır (Sarı, 1982). 19. yüzyılda sarayda en çok tüketilen yiyecekler arasında koyun eti, pirinç, un ve sade yağ yer almaktadır. Süt, yoğurt ve tereyağı 19.yüzyıl Osmanlı saray mutfağında tüketilen temel yiyecekler arasında bulunmaktaydı. Karabiber, tarçın, kakule, kimyon, safran, kırmızıbiber, sumak, yenibahar, kekik mutfak defterlerinde ismi yer alan baharat türleriydi.19.yüzyıl, patates, domates, fasulye, biber, yerelması, bal kabağı, mısır gibi Amerika menşeli yeni sebzelerin sıklıkla kullanıldığı bir dönemdir (Samancı, 2008).

Türk mutfağı Osmanlı İmparatorluğu dönemi boyunca en hızlı gelişimini Fatih Sultan Mehmet'in hükümdar olduğu zamanda göstermiştir. Ege kıyılarının fethedilmesi sonucunda balık ve deniz ürünleri, zeytinyağlı yemekler mutfakta yerini almıştır. Bunun yanı sıra et yemekleri ve pilavlar dönemin en çok tercih edilen yemekleri olmuştur(Seçim, 2018). Fatih dönemine ait mutfağın önemli yönlerinden bazıları saray mutfağına ilişkin düzenlemelerde gözlemlenmek mümkündür. Yemeklerin sade olmasına rağmen saray mutfağının örgütlenme şekli dikkat çekici olmuştur. Saray mutfağının en üst görevlisi "ser zevvakın" şeklinde anılan kişidir. Asıl görevi yemeklerin lezzetini sağlamaktır. Bugünkü gurme aşçıbaşı ve mutfak yöneticisi niteliğini taşımaktadır (Şavkay, 2000).

Osmanlı İmparatorluğunun son dönemlerinde Fransız ve Batı mutfağının Türk yemek kültürü üzerindeki etkileri görülmeye başlamıştır. Bunun yanında teknolojideki gelişmeler, sanayinin dünya genelinde gelişme göstermesi sonucunda Türk mutfak kültürü de etkilenmiştir. Cumhuriyet Dönemi Mutfağı aşağıdaki başlıklar şeklinde gruplara ayrılabilir:

- Saray, konak ve aşçılar arasında İstanbul'da gelişen ve artık sadece evlerde varlığını sürdüren Klasik Türk Mutfağı,
- Lokanta ve otellerde uygulanan genellikle Batılı yemeklerle karışmış olan karma mutfak,
- Bölgesel ürünler ve destekler ile birlikte halen varlığını devam ettiren Anadolu'da uygulanan Türk Halk Mutfağı, şeklinde gruplara ayrılabilir (Cömert ve Alabacak, 2019).

Cumhuriyet döneminde Türk mutfağı Osmanlı mutfak kültürünü devam ettirmiştir ve bu dönemde önemli değişimler görülmüştür. 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren Batı'nın etkisinde kalan Osmanlı Saray ve İstanbul mutfağı 20. yüzyılın başlarında geleneksel ve modern mutfak uygulamalarını bünyesinde barındıran mutfak kültürüne geçiş yapmıştır (Solmaz ve Dülger Altın, 2018). Bu bağlamda aslında Türk mutfağının özellikleri genel olarak Cumhuriyet döneminin Türk mutfağına ait özellikleri yansıtmaktadır ve aşağıdaki gibidir:

- Cumhuriyet dönemindeki yemek çeşitliliğine gelenek ve görenekler ile dini inançlar etki etmektedir,
- Eski Türk mutfağında yemeklerin süslenmesi önemli yer tutmazken bu dönemde yemek/tabak süsleme yaygın hale gelmiştir,
- Önceki dönemlerde sos kullanımı fazla değilken bu dönemde sosların kullanılmaya başladığı görülmektedir,
- Sanayinin gelişmesine bağlı olarak dondurulmuş gıdalar ve hazır besinlerin bu dönemde mutfaklarda kullanıldığı gözlemlenmektedir (Kızıldemir ve diğ., 2017).

Cumhuriyet dönemi mutfağı genel olarak İstanbul mutfağı ve Anadolu mutfağı olmak üzere iki bölümde incelenmektedir. İstanbul mutfağının temel özellikleri olarak, sofradaki yemekler hafiftir ve doyurucu özelliğe sahiptir. Bunun yanında göz zevkine de hitap ettiği söylenebilmektedir. Anadolu mutfağında ise, sofranın düzeni, pişirme teknikleri, kış için hazırlanan yiyecekler olarak çok zengin bir mutfak olduğu gözlemlenebilmektedir (Kızıldemir ve diğ., 2014). Cumhuriyet sonrasındaki yakın dönem geçmişimize göz attığımızda ise, üretim sektörünün gelişmesine bağlı olarak yeme ve içme alışkanlıklarının değişime uğradığı görülmektedir. 2000'li senelere ulaştığımızda ise küreselden yerele bir geçiş olduğu incelenmektedir. Cumhuriyet sonrası dönemde Türkiye'deki gelişmeler Şekil 2.3'de gösterilmektedir (Solmaz ve Dülger Altın, 2018).



Şekil 2.3:Cumhuriyet ve Sonrası Dönemde Olan Gelişmeler

Kaynak: (Solmaz ve Dülger Altın, 2018)

Şekil 2.3'de görüldüğü üzere tüketim şekli yıllar geçtikçe değişime uğramıştır. Yeme ve içme alışkanlıklarında farklılıklar oluşmuştur. 1927 ve 1980 yılları arasındaki dönemde sanayi ürünleri ve hazır gıdalar daha fazla kendini gösterir durumdadır. Dönemsel olarak meydana gelen değişimlerini incelediğimiz Türk mutfağının sahip olduğu genel özellikler üzerinde de durmak gerekmektedir.

2.2 Türk Mutfağı'nın Genel Özellikleri

Her milletin, sahip olunan alışkanlıklarına ve ülkenin yapısına göre kendi özgü bir mutfağı bulunmaktadır (Sormaz, 2015). Türk mutfağı, Türkiye'de yaşamını sürdüren insanların beslenmelerinde kullandıkları yiyecekler, içecekler, bu yiyecek ve içeceklerin hazırlanması, pişirilmesi, muhafaza edilmesi, bu işlemler için gerekli olan araç ve gereçler ile yemek yeme üslubu ve mutfak çevresinde yapılan tüm uygulamaları kapsamaktadır (Bekar ve Sürücü, 2017). Türklerin zengin yemek kültürü Sibiryadan Moğalistan'a kadar uzanan geniş bir bölgeden gelmektedir. Bu bölgenin de Anadolu gibi zengin yemek çeşidine sahip olan bir coğrafya olması sebebiyle Türk yemek kültürü zengin bir hal almıştır. Diğer yandan Türk mutfağının zengin bir mutfak haline gelmesinin diğer bir sebebi ise Türk milletinin tarihsel yaşamının, gelenek ve göreneklerinin, yaşadığı coğrafyanın sahip olduğu olanakların etkili olmasıdır (Giritlioğlu, 2008). Türk mutfağının genelde iki bölümden meydana geldiği düşünülmektedir. İlki, Osmanlı dönemi ve saray mutfağı, ikinci ise yöresel ve

geleneksel Türk mutfağıdır (Gürmen, 2000). Saray mutfağı; Osmanlı imparatorluğunun gelişmesine paralel şekilde önemli gelişme sağlamıştır. Bunun en önemli sebebi Osmanlı İmparatorluğunda padişah ve soyluların konak ve yalılarda bir sofraya etrafında bir araya gelmeyi sosyal aktivite saymış olmalarıdır (Birer, 1990). Osmanlı dönemi mutfağının oluşumunda Bizans etkisinin olduğunu savunanlara göre balık, deniz ürünleri, sebze ve zeytinyağlı yemeklerinin Türk mutfağında yer almasının ana sebebi buna dayanmaktadır. Diğer yandan Bizans etkisinin olmadığını savunanlara göre ise, şiş kebab, bazlama ve mantının mutfağa girişi Orta Asya Devletleri'nin etkisi ile gerçekleşmiştir (Öztürk ve İşevcan Ertamay, 2017). Yöresel Türk mutfağındaki yemekler ise yörenin gelenek, görenek ve alışkanlıklarını, ekonomik imkanlarını kendine has yemek hazırlama ve şekillerini kapsamaktadır (Birer, 1990).

Türk mutfak kültürü incelendiğinde, Orta Asya'dan günümüze kadar devam eden tarihsel bir süreç ortaya çıkmaktadır. Bu tarihsel süreçte diğer kültürlerle kurulan ilişkiler, Asya ve Anadolu topraklarındaki ürünlerin zengin çeşitte olması, Selçuklu ve Osmanlı saraylarında yeni gelişen lezzetlerin olması, Mezopotamya'dan kaynaklanan Anadolu mutfağının oluşu gibi faktörlerin etkisi ile Türk mutfağı çeşitliliğini ve zenginliğini kazanmıştır (Koroğlu ve diğ.,2018). Türkler Orta Asya'daki bozkır alanları anayurt haline getirerek atlı göçebe tarzı bir hayat sürdürmüşlerdir. Türklerin besin kaynakları, buğday unundan elde edilmiş hamur işleri, koyun eti, süttten yapılan ürünler ve meyve çeşitleri ile meyveden yapılan ürünleri ile sınırlıydı. Türklerin Orta Asya ve Anadolu'daki hayatlarında geçim kaynakları tarım ve hayvancılık olmuştur (Seyitoğlu ve Çalışkan, 2014). Türklerin İslamiyet'i kabul etmesinden sonra mutfak kültürü yeniden şekil almış, yasaklardan uzak durularak helal tarımsal ve hayvansal ürünlere yönelim olmuştur. İslamiyet'in etkisiyle birlikte, Selçuklu dönemi mutfağında geleneksel yiyeceklerin kullanımı ve israftan kaçınmanın getirdiği bir kısıtlama ve sadelik hakim olmuştur (Cihangir ve diğ.,2017). Türk mutfağı dünyada bilinen üç büyük mutfaktan biri olarak görülmekte ve çeşitli lezzetler barındırdığı bilinmektedir. Komşuluk ilişkileri çerçevesinde birçok yemek tadı ve özelliği yönünden diğer kültürlerden farklılık göstermektedir. Türk mutfağındaki yemekler genellikle bitkilerden, etlerden ve hamur işlerinden oluşmuştur. Bu yemeklerin çoğu eski çağlardan beri kullanılmaktadır (Arlı ve Gümüş, 2007).

Osmanlı İmparatorluğunun görkemli çağlarında farklı yerlerden gelen misafirler kendi ülkelerine döndükleri zaman Türk yemeklerden överek bahsetmişler, yabancılar padişahların yanlarında gelen aşçılara hayran kalıp bu aşçıların ülkelerinde bırakılmalarını talep etmişlerdir (Arlı, 1982).

Gelenekler açısından incelendiğinde Türk mutfağı yarı özgür bir anlayışa sahiptir. Yemeği pişiren kişi yemekleri masaya koyduktan sonra masada yer alan kişi ise bu yemeklerden istediğini seçerek yiyebilmektedir. Batı mutfağına baktığımızda ise yemeği yapan kişi yemeğin pişirilişine, düzenine ve kişinin neler yiyeceğine kadar söz sahibidir (Özdemir ve Kınay, 2004). 20. yüzyılın başlarında, başarılı aşçılarımız sayesinde Türk mutfağı da önemli gelişmeler göstermiştir. Sebze yemeklerimiz, kebablarımız, böreklerimiz, zeytinyağlı yemeklerimiz ve çeşitli tatlılarımız bütün dünyaya ün salmıştır (Türkan, 2012). Gelişiminden söz ettiren ve diğer ülkeler tarafından tanınan Türk mutfağının ana özellikleri şu şekilde sıralanabilir: (Arlı, 1982; Meydan, 1989; Kutluay Merdol, 1997).

- Türk beslenme sisteminde ana gıda maddesi ekmektir.
- Türk mutfağında zengin çeşitler olmasına rağmen hamur işleri baş sırada yer almaktadır.
- Türk mutfağında süttten yapılan yağ çeşitleri ile iç veya kuruk yağı hemen her yöre mutfağında kullanılmaktadır.
- Türk mutfağında baharatlar sınırlı sayıda olmasına karşın fazla miktarda tüketilmektedir. Kırmızıbiber en çok tüketilen baharat çeşididir.
- Türk yemeklerinin çoğunda lezzet yemeğin görünüşünden daha önemli görülmektedir.
- Hem garnitür hem de lezzet katmak amacıyla sofrada sonradan sos yer almamaktadır.
- Türk mutfağında yemeklerin tatlandırılmasında meyve veya meyve kurusu kullanıldığı görülmektedir.
- Tatlılarda tatlandırıcı olarak pekmezin de yer aldığı bilinmektedir.
- Türk mutfağında en çok koyun eti tercih edilse de eskisi kadar yaygın değildir.
- Süt ve süt ürünleri içerisinde yoğurdun özellikle ayran şeklinde ve birçok yemek yapımında kullanıldığı görülmektedir.

- Türk mutfağında kurubaklagiller de önemli bir yere sahiptir. Özellikle kurufasulye, mercimek, nohut en çok tercih edilenler arasındadır.

Bu özelliklere ilave olarak Türk mutfak kültüründe kullanılan yiyeceklerin bazılarında Batılı kültürlerin varlığını gözlemlemek mümkündür. Örneğin; pasta Fransız mutfağından, makarna İtalyan mutfağından, tavukgöğsü ve kazandibi Romalılardan Türk mutfak kültürüne geçmiştir. Bunun yanısıra patates, domates, kabak gibi sebzeler Amerika kıtasının keşfedilmesiyle Türk mutfak kültüründe yer almıştır (Girgin ve diğ., 2017b). Türk mutfağına ait yukarıda sıralanan bütün özellikler Türk mutfağına çeşitliliğini oluşturmuş ve günümüzde kendine özgü kalmasını sağlamıştır. Mevcut dünya mutfaklarından ayırt edilebilecek pek çok unsura sahip olması farklı olma avantajını ortaya çıkarmıştır(Kesici, 2012). Genel olarak Türk mutfağı tahıl, çeşitli sebze ve bir miktar etle sulu şekilde hazırlanan yemek çeşitleri, çorbalar, zeytinyağlılar ve hamur işleri ile kendiliğinden yetişen ot ve çeşitleri ile yapılan yemeklerden oluşmaktadır (Giritlioğlu ve Karaman, 2017).Türk mutfağında yer alan bazı yemekleri çorbalar, etli yemekler, sebze yemekler, pilavlar, hamur işleri olmak üzere beş alt başlıkta inceleyebiliriz:

- *Çorbalar*;Türk mutfağında çorbanın yeri daha farklı konumdadır. Yabancı mutfaklara ait çorbaların arasında bizim çorbalarımızın yeri daha farklı ve dikat çekici özelliindedir(Gürmen, 2003). Batı ülkelerinin mutfak kültüründe iştah açıcı ve ana yemek şeklinde tüketilen çorbalar, Türk mutfağına girişinde yer almakla birlikte, geleneksel mutfak kültürümüzde üç öğünde tüketilebilen bir yemek çeşididir. Besleyici ve doyurucu olması nedeniyle kahvaltılı sofralarında da yer almaktadır (Güldemir ve diğ.,2018).
- *Etli yemekler*; Türk mutfağında et yemekleri her zaman ana yemek özelliğini taşımaktadır. Kızartmalar, çevirmeler, ızgaralar, tava yemekleri, kavurmalar, kebablar, köfteler, buğulamalar, kapamalar ve etli dolmalar bu grupta yer almaktadır (Büyüktuncer ve Yücecan, 2009).
- *Sebze yemekler*;Türk mutfağına önemli bir kısmında sebze yemekleri yer almaktadır. Ülkemizin coğrafyası ve elverişli iklimi sayesinde, sebzelerin büyük bir kısmına senenin her mevsiminde ulaşmak mümkündür (Türkan, 2012). Türk mutfağında sebze, en sade et yemeğinin yanında dahi gereklidir. Örneğin; kebabın yanına soğan piyazı konulmaktadır. Bunların yanısıra havuç, turp gibi farklı sebzeler de tercih edilebilmektedir. Osmanlılarda

zeytinyağının bilinmesinden sonra sebzelerden ve otlardan yemek yapılması da yaygınlaşmıştır (Baykara, 2001).

- *Pilavlar*; Türk mutfağında pilavlar bulgur ve pirinçten yapılmaktadır. Türklere özgü bir besin olan bulgur, ekmekten sonra köy sofrasının en önemli yiyeceğidir. Karaciğer, dolmalık fıstık, kuşüzümü gibi maddeler de eklenerek hazırlanan iç pilav da Türk mutfağında yer alan lezzetlerdendir (Arlı, 1982).
- *Hamur İşleri ve Tatlılar*; Tatlılar her zaman Türk mutfağının önemli bir parçası olmuştur (Batu ve Kırmacı, 2009). Türk mutfağı dünyada hamur işleri ve tatlıları ile ün kazanmıştır. Türk börekleri, oklava aracılığı ile ince şekilde açılan yufkaların sebze, et, peynir ve patates ile lezzetlendirilerek fırında veya saç üzerinde pişirilmesi ile hazırlanmaktadır (Öztürk ve İşevcan Ertamay, 2017). Sütli tatlılar da Türk mutfağında ayrı bir yere sahiptir. Yörelere göre farklılık gösterse de hepsinde esas olan bazı uygulamalar mevcuttur. Sütli tatlıların birçoğunda pirinç unu ve pirinç yer almaktadır. Sütli tatlılara örnek olarak muhallebi, sütlaç, tavuk göğsü, keşkül ve güllaç verilebilir (Gürmen, 2000).

Türk mutfağı ile ilgili üzerinde durulması gereken diğer bir önemli husus ise Türk yemeklerinin besleyici özellikte olmasıdır. Araştırmacılar, Türk yemeklerinin beslenme ve sağlık yönünden bir takım üstünlükleri bünyesinde barındırdığını ve bu üstünlüklere de Türk yemeklerinin tek yönlü olmamasının neden olduğunu ileri sürmektedirler (Özdemir ve Kınay, 2004). Türk yemekleri dengeli beslenmeyi oluşturacak şekilde değişik besin gruplarından yeteri miktarda tüketilmesine de imkan sunmaktadır (Girgin ve diğ.,2017b).Öneğin, dolma ve sarmalar hazırlanırken kıyma ya da mercimek, pirinç ya da bulgur, sebze, yağ gibi ürünler bir arada kullanılmaktadır. Servis edilirken de yanında yoğurt yer almaktadır. Böylelikle bir tabaktaki yemekten insanın gereksinimi olan bütün besin öğelerinden yararlanılmaktadır (Baysal, 1993). Bazen bütün besin gruplarından yeterli ve dengeli şekilde yararlanılmasına karşın, bu besinlerin hazırlama ve pişirme işlemleri sırasında yapılan hatalar, vücudun besinlerden yeterince fayda sağlamamasına sebep olmaktadır. Yapılan hatalı uygulamalarda gerekli düzenlemeler gerçekleştirildiğinde zengin Türk mutfağı daha sağlıklı bir hale kavuşacaktır (Büyüktuncer ve Yücecan, 2009). Türk mutfak kültürünün sahip olduğu özelliklerin yanı sıra bu özelliklerin oluşturduğu mutfak kültürüne etki eden faktörler üzerinde de durmak gerekmektedir.

Bu faktörler incelendiğinde ise batı kültürünün etkisi, göç ve kentleşme, kitle iletişim araçları, kadının çalışma yaşamına girmesi, gıda endüstrisindeki gelişmeler, turizm etkisi ortaya çıkmaktadır.

2.3 Türk Mutfak Kültürüne Etki Eden Faktörler

Belenme, bütün canlıların hayatlarını devam ettirebilmeleri için olması gereken bir olgudur. Canlılığın sürdürülebilmesi için vazgeçilmez bir özellik taşır ve yapılması gereklidir(Tezcan, 1982). Bunun yanı sıra beslenme, insanın yaşamını sürdürme çabasında kullandığı kültürel bir adaptasyon aracıdır. Yemek kültürü toplumdaki insanlar tarafından kültürel deneyim sürecinden sonra öğrenilen ve diğer insanlara aktarılan, farklı beslenme şekillerinin bir bütünüdür(Türk ve Şahin, 2004). Beslenme sistemi içerisinde hangi besinlerden yararlanıldığını, toplumun ait olduğu coğrafi konumu, üretimi vb. faktörleri ortaya koyarken; ekonomide ve teknolojiye yaşanan değişimler, diğer toplumlarla olan etkileşim, yapılan göçler, hızlı kentleşme vb. faktörler de yiyecek çeşitlerinin diğer bölgelere yayılmasına ve farklı beslenme alışkanlıklarına sahip toplumların etkileşim yaşamalarına sebep olmuştur (Arslan, 1997).

Türk mutfak kültürü, M.Ö. 200'lü yıllarda varlığını göstermesinden itibaren 21. yüzyıla gelinceye kadar zengin, çeşitli özelliğe sahip Asya ve Anadolu topraklarıyla tarih boyunca diğer kültürlerle etkileşim halinde olmuştur. Bu süre içerisinde, birçok değişikliklere uğramıştır ve bu etkiler günümüze kadar sürmüştür (Kızıldemir ve diğ.,2014).Türk mutfağının değişime uğraması Batı ile ilişki kurduğumuz Tanzimat yıllarına denk gelmektedir. Bu etki kendini ilk olarak azınlıkların da bulunduğu büyük şehirlerde, özellikle İstanbul, İzmir, Ankara'da göstererek Batı mutfağına açılmaya başlanmıştır.Cumhuriyetin ilanından sonraki dönemlerde ise Fransız mutfağının yanı sıra Rus mutfağı da önem kazanmıştır (Birer, 1990).

Bir mutfağın değişiminde yer alan sosyal, kültürel ve ekonomik etkenler de önemli rol oynamaktadır. Okuma ve yazma seviyesinin artması ile Batı mutfağı ve etkinliklerini tanıtan birçok yemek kitabı ve dergiler de ortaya çıkmıştır. Bu durum geleneksel yemek çeşitleri ve bu yemekleri hazırlama yöntemlerini değişime uğratmıştır (Sürücüoğlu ve Akman, 1998). Özellikle kadının çalışma hayatına girmesi, kentleşme, teknolojinin gelişmesi, gıda endüstrisinde yaşanan gelişmeler,turizmin etkisi Türk mutfağının değişmesine neden olan etmenler olarak

gösterilebilir (Önçel, 2015). Bu etmenler arasında yer alan Batı kültürünün etkisi Lale Devri'nden başlayarak günümüze kadar devam etmektedir. Bu konuya daha geniş kapsamlı olarak aşağıda yer verilmektedir.

2.3.1 Batı kültürünün etkisi

Türk toplumunun yaşamında Lale Devri ile başlayan ve 1980 yılında en üst seviyeye ulaşan Batılılaşma hareketinin temelini, Batılı hayatın tüketim alışkanlıkları ve yaşam tarzı oluşturmaktadır(Çelik, 2013).Batılılaşma olayı Meşrutiyetten önce başladığı için mutfak gelenek ve göreneklerinde de bundan etkilenme görülmüştür. Özellikle II. Abdülhamit ve sonraki padişahlar döneminde misafirlere verilen yemekler arasında sıklıkla Avrupa yemek isimleri geçmeye başlamıştır (Maviş, 2003).Osmanlının gerileme devrine girmesiyle beraber Osmanlı saray ve konaklarının ekonomik yönden olumsuz etkilenmesi ilk aşamada mutfaklara yansımıştır. Özellikle konaklarda tecrübeli aşçılar yapamadıkları için dönemin yemekleri zamanla unutulmaya başlanmıştır (Ciğerim, 2001).

19. yüzyılda Batı kültürü ve hayranlığı İstanbul'u etkilemiştir, bu etkiler sonucunda İstanbul'da Pera Palas ve Tokatlıyan gibi oteller açılmıştır. Bu otellerde Fransız tarzı yemekler hazırlanmış ve beğeni kazanmıştır. Fransız mutfağının ardından Rus mutfağı da İstanbul ve Ankara'da etkisini göstermiştir (Toygar, 1982). Batı mutfağı yemek kültürünün oluşturduğu etki; pizza, hamburger ve sandviç gibi gıdaların Türk yemek kültüründe yer alması ile gözlemlenebilmektedir (Önçel, 2015). Batı kültürünün etkisinin yanı sıra hızlı kentleşme ile birlikte yaşanan gelişmeler de Türk mutfak kültürü üzerinde etkisini göstermiştir.

2.3.2 Göç ve kentleşme

Toplulukların gerçekleştirdiği göçlerin neden olduğu gelişmeler ve yaşanan yer değişimleri mutfak kültürünün belirlenmesinde önemli yer tutmaktadır (Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015).Göç, toplum yapısında değişiklikler meydana getiren ve sosyal, ekonomik, kültürel, siyasi boyutları olan nüfus hareketleridir. Göç dünyadaki bütün toplumlarda görülen ve belirli oranlarda yaşanan bir olgudur. Göç kavramını paralel olarak takip eden diğer bir kavram ise kentleşmedir (Sağlam, 2006). Kentleşme, kent sayısının ve kent nüfusunun artması şeklinde tanımlanabilmektedir. Nüfus artışını ortaya koyan kentleşme kavramı diğer yandan kent kültürü şeklinde ifade edilebilen

davranış ve tutumların benimsenmesi şeklinde de tanımlanabilmektedir (Ulusoy ve Vural, 2001). 2000 ve 2025 yılları arasındaki dönemde, gelişmeye devam eden dünyanın kentsel nüfusunun iki katına çıkması öngörülmektedir (Ruel ve diğ.,2001).

Kentleşme, hem kentsel nüfustaki artışlara hem de beslenme üzerinde değişikliklere neden olmaktadır. Hızlı kentleşme yaşanan ülkelerde et, süt ve süt ürünleri, bitkisel yağlar ve lüks gıdalara olan talep yüksek orandadır(Satterthwaiteve diğ., 2010).Kırsal kesimde yaşayan insanların gıda maddeleri ile kıyaslandığında, kentsel kesimdeki insanların daha fazla işleme uğramış tahılların, yağ oranı fazla hayvansal gıdaların ve hazır, işlem görmüş besinlerin tüketim oranlarının daha fazla olduğu gözlemlenmektedir (Arslan, 1997).

Nüfusun hızla artması ve kentleşme; sosyal ve ekonomik tabakalaşmanın oluşmasına sebep olmaktadır. Bu durumun ortaya çıktığı en önemli gösterge gecekondu hayatıdır (Sürücüoğlu ve Akman, 1998).Gecekondu yaşamının olduğu bölgede, tarhana, pekmez, erişte, peynir, kuru sebze ve meyveler, bulgur gibi birçok besinin köyden hala hazırlanıp getirildiği görülmektedir. Fakat kentleşmenin de bir sonucu olarak büyük marketlerde pek çok yiyecek ve içeceğe ulaşım sağlamak mümkün durumdadır (Önçel, 2015). Hızlı kentleşme, sanayileşme, mutfağımızı değiştirmeye başlamıştır. Hazır gıda ürünleri, hızlı şekilde ayaküstü tüketilen yemekler, mutfağımızı etkiler hale gelmiştir. Batı kültürünün etkisiyle pizza, hamburger, tost hazırlayan küçük dükkanlar artık lokantaların yerini almıştır (Tezcan, 1982). Üretim ve tüketim şeklinin hızla değişmesi bireylerin yaşamında teknolojinin daha geniş ve sık şekilde yer almasına neden olmuştur. Bu bağlamda kitle iletişim araçları insanlar tarafından daha sık kullanılmaya başlamıştır.

2.3.3 Kitle iletişim araçları

19. yüzyılın ikinci yarısından 20. yüzyıla kadar geçen zaman içerisinde üretim ve tüketim önemli hale gelmiştir. Ekonominin tarımdan endüstrileşmeye dönüşmesiyle birlikte yaşam biçimleri de değişmeye uğramıştır(Yavuz, 2013). Makinelerin insan hayatına yoğun şekilde etki etmesiyle beraber mal ve hizmet üretimi kitlesel bir şekil almıştır. Bu durum dikkatlerin tüketim olgusuna yönelmesine neden olmuştur(Karakaş, 2001). Tüketimciliğin alt yapısını bilimsel ve teknolojik gelişmeler oluştururken, tüketimci değerlerin oluşumunu ise kitle iletişim araçları sağlamaktadır (Ünal, 2009). Kitle iletişim araçları gün geçtikçe insanlar tarafından

daha fazla kullanılır hale gelmiştir (Savaş, 2004). Kitle iletişim araçları düşünüldüğünde ilk akla gelenler dergi, gazete, radyo, televizyon şeklinde sıralanabilir. Kitle iletişim araçları farklı şekilde sınıflandırılabilir (Işık, 2012).

Çizelge 2.3: Kitle İletişim Araçlarının Sınıflandırılması

Duyu Organlarına Göre;

- 1.Göze Hitap Eden-Görsel Araçlar: Gazete ve Dergi
 - 2.Kulağa Hitap Eden-İşitsel Araçlar: Radyo
 - 3.Hem Göze Hem de Kulağa Hitap Eden- Görsel İşitsel Araçlar: Televizyon
-

Mesaj Sunum Biçimine Göre;

- 1.Yazılı Araçlar: Gazete ve Dergi
 - 2.Sözlü Araçlar: Radyo
 - 3.Hem Yazılı Hem Sözlü Araçlar: Televizyon
-

Kaynak: (Işık, 2012)

Işık (2012) yaptığı çalışmada kitle iletişim araçlarını duyu organlarına ve mesaj sunum biçimine göre iki grupta incelemiştir. İki grupta gösterilen gün geçtikçe kullanımı daha da sıklaşan bu kitle iletişim araçları insanların yaşamlarını etkilemeye başlamıştır.

Beslenme ve fiziksel aktiviteler dünya teknolojisindeki hızlı değişim, modern besin işleme teknikleri, pazarlama ve dağıtım teknikleri ve küresel medyadan ötürü etkilenmiştir (Popkin, 2006). Medya, üretim ve tüketimin olduğu karmaşık kültürel sürecin bir parçası halindedir (Burgess, 1990). Ayrıca medya, bireylerin duyu, düşünce ve davranışları üzerinde de büyük oranda etkiye sahiptir (Arslan, 2004). İçinde bulunduğumuz dünya gün geçtikçe medyanın yapılandığı bir hale bürünmektedir. Toplumdaki insanların yaşamları televizyon kanalları, radyo, sinema, gazete ve bilgisayarlardan tarafından şekillenmektedir (İlgaz Büyükbaykal, 2005). Günümüzde insanların teknolojiye daha fazla eğilimde bulunması bireylerin tüketim tercihlerini de değişime uğratmıştır (Nar, 2015).

Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması beslenme alışkanlıklarında da değişikliklere sebep olmuştur. Hazır gıda tüketiminin artmasında en önemli faktör kitle iletişim araçlarıyla yapılan reklamlar olmaktadır(Baysal, 1981).Reklamlar bir ürünün tanıtımının yanı sıra ürünün temsil ettiği yaşam tarzını da teşvik etmektedir (Birsen veÖztürk, 2011).Televizyon, ticari gıda tanıtımının en iyi şekilde yapılmasını

sağlamaktadır. Televizyon reklamlarının özellikle çocukların gıda seçiminde etkisi olduğu gözlemlenmiştir. Buna göre yüksek karbonhidratlı ve yağlı gıdaların tercih edilmesinde bu reklamların payı büyüktür (Boylard ve Halford, 2013). 2002-2004 yılları arasında şekerle tatlandırılmış alkolsüz içecekleri içeren Televizyon reklamlarını izleyen çocuklar üzerinde yapılmış bir araştırmaya göre çocukların alkolsüz içecek tüketiminde % 9.4 oranında artış yaşandığı görülmüştür (Andreyeva ve diğ. 2011). Televizyon programlarındaki reklamlar kişileri yetersiz ve dengesiz beslenmeye sürükleyen çikolata, cips, kraker, şekerli ürünler ve renki meşrubatları almaya sebep olmaktadır (Sürücüoğlu ve Akman, 1998). Bunun yanı sıra bu tür reklamlar Türk mutfağının lezzetlerinden uzak kalınmasına ve neredeyse hiç bilinmemesine sebep olmaktadır. Bunun önüne geçilmesi amacıyla yazılı ve görsel basında Türk mutfağının yeterince tanılması gerekmektedir (Önçel, 2015). Teknolojinin hızla değişmesi ve gelişmesi ile birlikte üretim alanında gerçekleşen gelişmeler kadının da statüsünde önemli bir etkiye sebep olmuştur. Kadınlar artık çalışma hayatında daha aktif halde bulunur hale gelmişlerdir.

2.3.4 Kadının çalışma yaşamına girmesi

Üretimde yaşanan gelişmeler ile birlikte kadınların mevkilerinde de değişiklikler görülmüştür (Bars, 2014). Sanayileşme ile birlikte ortaya çıkan yenilikler, kadının yaşamında değişikliklere neden olmuştur. Bu değişikliklerden en önemlisi kadınların ev ve aile hayatı dışında çalışma hayatına girmeleri olmuştur (Güler ve Özçelik, 2002). Türkiye'de 1970 ile 2003 yılları arasında sektörlere göre çalışan insan sayısı içerisinde kadınların çalışma alanları incelendiğinde, tarım ve sanayi sektörü dışında hizmet sektöründe de aktif oldukları gözlemlenmiştir (Mercan ve Çetinkaya, 2009). Sanayileşmenin gün geçtikçe daha da yayılması ile birlikte yemek kültürü de hızla değişime uğramıştır. Kolaylık, gıda sektöründeki en ilgi çekici faktörlerden bir haline gelmiştir. Buna göre kolay hazırlanabilen konforlu gıdaların tüketiminde giderek artış yaşanmıştır (Brunner ve diğ., 2010). Evde yemek hazırlamak için yeterli zamanın bulunmaması hızlı hazırlanabilen yiyeceklere olan talebi etkilemiştir (Jabs ve Devine, 2006). İnsanların iş hayatında çok fazla zaman geçirmesi, en önemlisi kadınların iş yaşamına atılmasıyla kolay ve hızlı hazırlanabilen yiyeceklere olan talep artmıştır (Akkuş, 2019). Çalışan kadınlar hızlı yemek hazırlaması gerektiğinde hazır yiyecekleri acil durum için bir araç olarak kullanmaktadırlar (Srinivasan ve

Shende, 2015). Yemek hazırlamak için zamanın yetersiz olması evdeki tencere yemeğinin yerini döner, kebab, sandviç, pide, lahmacun gibi yiyeceklere bırakmıştır (Arslan, 1997). Toplumdaki tüketim şeklinin değişiklik göstermesi gıda endüstrisi üzerinde de etki göstermektedir. Günümüzde insanlar zamandan tasarruf etmek amacıyla daha kolay hazırlanan hazır gıdalara yönelmektedirler.

2.3.5 Gıda endüstrisindeki gelişmeler

Toplum yapısının değişmesi ve gelişmesiyle birlikte tüketim alışkanlıklarında da değişiklikler yaşanmıştır(Yalım Kaya ve İlhan, 2018). İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişme ile birlikte küreselleşen bir tüketim kültürü ortaya çıkmıştır (Asker, 2011). Küreselleşmenin ortaya çıkardığı en önemli etkilerden biri toplum yaşamında hızın baskın hale gelmesi olmuştur(Ak, 2017). 1980 yılının ortasından itibaren büyük şehirlerde açılan alışveriş merkezlerinin tüketimi hızlandırma yönünde etkisi olmuştur. Alışveriş merkezleri ile birlikte toplumun hızlı yemeğe ilgisi çoğalmış ve alışkanlıklara dönüşmeye başlamıştır (Akarçay ve Suğur, 2015).Küreselleşme, yerelliklerin olmadığı tüketim temelli bir kültürel yapı da ortaya koymuştur (Ünal ve Zavalı, 2016).Dünyada yerel mutfağın yerini "Fast Food" lokantaları almıştır.Dünya şehirlerinde McDonald's, Burger King, Dominos, Pizza Hut gibi tanınmış fast food lokantalarının şubeleri yer almaktadır. Günümüzde insanlar bu lokantalara giderek bağımlı hale gelmişlerdir ve tercihleri genellikle bu tür yerlere yönelik olmuştur(Çelik, 2013).Fast food şeklindeki beslenmeye Türkiye'de ayaküstü beslenme ismi de verilmektedir (Ulaş Kadioğlu, 2019). Türkiye'de de fast food endüstrisi 1980 yılından itibaren hızla büyüyerek gelişme göstermiştir (Akbaş ve diğ.,2007).Dünyanın farklı bölgelerinde olduğu gibi Türkiye'de de küresel zincirlerin başta gelen ismi McDonald's restoran zinciri olmuştur. Türkiye'de bulunan McDonald's restoran zincirlerinin sayısı 2014 yılında yapılan araştırmalara göre 218' dir. Buna göre iller bazında McDonald's restoran sayıları Şekil 2.4 'de verilmiştir. Bu sayı günümüzde giderek artış göstermektedir (Akarçay ve Suğur, 2015).



Şekil 2.4: 2014 Yılına Ait Türkiye’de İller Bazında Mcdonald’s Restoranı Sayıları

Kaynak: (Akarçay ve Suğur, 2015)

Gelişmiş ülkelerde ve dünyanın diğer ülkelerinde insanların beslenme biçimlerinde evde üretilmeyen hazır gıdalar hızla yer almaya devam etmektedir (Ng ve Dunford, 2013). Beslenme alışkanlıklarının değişmesi ile beraber ortaya çıkan hazır ve dondurulmuş gıdalar günümüzde ilgi çeken bir sektör haline gelmiştir (Sarıkaya ve Korkmaz, 2012). Dondurulmuş gıdalar dünyada ilk kez 1930 yılında ABD’de piyasaya sürülmüştür. Sektör Türkiye’de ise 1980 yılı itibari ile gelişmeye başlamıştır. Dondurulmuş gıdaların uzun süre muhafaza edilebilmesi, kolay pişirilebilir olması, pratik olması gibi özellikleri bu tür gıdaların önemini artırmıştır (Külekçi ve diğ., 2006). Buna göre Sarıkaya ve Korkmaz (2012) tarafından yapılan bir araştırmada Türkiye’de en çok tercih edilen dondurulmuş ürün çeşitleri Çizelge 2.4’de gösterilmiştir. Çizelge 2.4’de Türkiye’de yer alan mutfaklarda en çok tercih edilen dondurulmuş ürünler deniz ürünü, et ürünü, tavuk ürünü, unlu mamül, sebze, meyve olmak üzere altı başlık altında incelenmiştir.

Çizelge 2.4: Türkiye’de En Çok Tercih Edilen Dondurulmuş Ürünler

Dondurulmuş Deniz Ürün Çeşitleri	Balık, kalamar, balık fileto, karides, balık burger, balık biftek.
Dondurulmuş Et Ürün Çeşitleri	Köfte, sosis, et döner, dana bonfile, dana antrikot, hindi eti.
Dondurulmuş Tavuk Ürün Çeşitleri	Tavuk kanat, nugget, şinitzel, tavuk fileto, tavuk döner, tavuk köfte, tavuk kroket
Dondurulmuş Unlu Mamül Çeşitleri	Milföy hamuru, pizza, mantı, börek, kruvasan çeşitleri, künefe, baklava.
Dondurulmuş Sebze Çeşitleri	Bezelye, fasulye, patates, karışık sebzeler, banya, ıspanak, brokoli, soğan, karnabahar.
Dondurulmuş Meyve Çeşitleri	Vişne, çilek, böğürtlen, frambuaz, kayısı, üzüm, şeftali, ananas, muz.

Kaynak: (Sarıkaya ve Korkmaz, 2012)

Gıda endüstrisindeki gelişmelerin Türk mutfak kültürü üzerindeki etkisinden sonra diğer bir faktör ise turizm etkisidir. Turizmin mutfak kültürü üzerindeki etkisi literatür taraması yapılarak incelenmiştir. Sonuçlara aşağıda yer verilmiştir.

2.3.6 Turizm etkisi

Turizm insanların alım gücünün yükselmesiyle birlikte zamanı değerlendirmede önemli bir aktivite haline gelmiştir. Turizmden beklentiler zamanla değişime uğramış, insanlar sadece deniz, kum, güneş turizmi değil değişik turizm etkinlikleri için seyahat etmeye başlamışlardır (Aksoy ve Sezgi, 2015). Turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği bir bölgede açlığı gidermenin yanı sıra farklı lezzetleri tatmak amacıyla ortaya çıkan yemek yeme gereksinimi, o yerin kültürünün bir parçasıdır (Ayaz ve Çobanoğlu, 2017). Kültürel bir yapı olarak belirtilen yemek tüketim ihtiyacı ile yiyecek ve içeceklerin tüketilmesinden tatmin olmak konusunda her kültürün değişik güdülerle tüketimi mevcuttur. Turizm aktiviteleri içerisinde yöresel mutfak kültürünü tanımak ve değişik lezzetleri deneyimlemek de bu güdülerden biri olarak görülmektedir (Bozok ve Kahraman, 2015). Bu bağlamda turizm ile yemek arasında güçlü bir bağ bulunmaktadır (Çapar ve Yenipınar, 2016). Turistler gezdikleri bölgelerde genellikle o yörenin yemeklerini tatmayı tercih etmektedirler (Birdir ve Akgöl, 2015). Çünkü bir bölgeye ait yemekler başka bir kültürün içeresine dahil olmak ve o kültür hakkında bilgi edinmek için en önemli araçlar arasında görülmektedir (Ardıç Yetiş, 2015).

Farklı turizm etkinliklerinden biri olan kültür turizmi, çeşitli seyahat tercihleri ve turistlerin değişen istekleri doğrultusunda hızla büyüme halindedir. Kültür turizmi bağlamında Türk mutfağı Türkiye'nin kültürel mirası içerisinde önemli bir yere sahiptir (Sevimli ve Sönmezdağ, 2017). Turizm bölgelerindeki mutfak kültürü, bölgenin kültürel özelliklerini yansıtmaktadır ve bu bölge ve mutfaklarını uluslararası çevrede üst seviyeye taşımaktadır (Mil ve Denk, 2015). Yemeklerin hazırlanmasından sunumuna kadar olan bütün süreç turizmin bir parçası olarak görülmektedir (Bucak ve Aracı, 2013). Buna göre unutulmaya başlamış veya unutulabilecek yemekleri kurtarmak, Türk mutfağını yaşatmak, bulunduğu yeri korumak için mutfağımızı turizmin ayrılmak bir parçası olarak tanıtmak ve öne çıkarmak gerekmektedir (Şanlıer, 2005).

2.4 Türk Mutfağının Bölgelere Göre Farklılık ve Benzerlikleri

Geçmiş Orta Asya'ya dayanan, yapılan göçler ve diğer toplumlarla yaşanan etkileşimler sonucu ortaya çıkan, zengin örnekler içeren Türk mutfağı; pişirme yöntemleri, kendine özgü sofraya düzeni ve servis şekilleri ile Fransız ve Çin mutfakları ile beraber günümüzde dünyanın en iyi üç mutfağından birisi arasındadır(Doğan, 2019).Türk yemeklerinin kökeninde Orta Asya dışında Kafkasya, Balkanlar'dan, Doğu Akdeniz'den gelen yiyeceklerin çeşitleri yer almaktadır (Pusch ve diğ., 2016). Türk mutfağının oluşumu Türklerin yaşadıkları yerlerin sahip olduğu özellikler çerçevesinde mevcut olan mutfak kültürünün Anadolu'daki diğer kültürlerle tanışması neticesinde genişlemesi ile olmuştur (Kapucuoğlu ve Güçlü Nergiz, 2018).

Bir toplumun bünyesinde barındırdığı değerlerin bütününe kültür ismi verilmektedir. Beslenme şekilleri ve yemekler de kültürün kapsamı içerisine girmektedir (Atabey ve Gürdoğan, 2018). Toplumların sahip olduğu beslenme kültürü; coğrafya, iklim, hayvancılık, sanayileşme ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması gibi pek çok etkenlerden dolayı değişmektedir (Baysal, 1993). Özellikle, yöresel mutfağımız sanayileşmenin görüldüğü şehirlerde değişime uğramaktadır. Bazı yemek çeşitleri ortadan kalkarken bazı yöresel yemekler kendi coğrafyası dışında da tüketilmeye başlamıştır. Bu duruma örnek olarak Güneydoğu Anadolu'ya özgü çiğ köfte ve içli köftenin, Kayseri'ye özgü mantının günümüzde yurdun her bölgesinde yenmesi verilebilir (Toygar, 1982).Türkiye'nin üzerinde bulunan yedi bölge itibariyle, yiyecek ve içecek çeşitliliği yönünden durumu oldukça zengindir(Erdoğan Aracı, 2016). Günümüzde Türkiye'nin birçok yerinde yiyecek türleri coğrafi bölgelere göre farklılık göstermektedir. Örneğin Güneydoğu şehirlerinde çeşitli baharatlardan oluşan kebaplar, İç ve Doğu Anadolu şehirlerinde tahıl ve hamur işleri yağın olarak tüketilmektedir (Özer ve diğ., 2018). Batı Anadolu'da sebze ile hazırlanan yemekler ve sütlü tatlılar tercih edilirken, Ege bölgesinde zeytinyağı sıklıkla kullanılmaktadır. Karadeniz ve Marmara bölgelerinde ise su ürünleri tüketimi yoğun durumdadır (Kaya, 2016). Ankara Ticaret Odası ve Ankara Patent Bürosu tarafından yürütülmüş bir çalışmanın sonucunda Türkiye'nin sahip olduğu lezzetlerin haritası ortaya konulmuştur. Buna göre; Türkiye'nin en çeşitli ve zengin mutfağının bulunduğu birinci il 291 çeşit yiyecek, içecek ve tatlı türü ile Gaziantep iken ikinci sırada 154 çeşit yiyecek, içecek ve tatlı türü ile Elazığ yer almıştır (Altunsaban ve

diğ.,2016).Bölgeler yönünden ise 455 yiyecek ve içecek çeşidiyle İç Anadolu ilk sırada, 398 yiyecek ve içecek çeşidiyle Güneydoğu Anadolu Bölgesi ikinci sırada yer almıştır. Karadeniz Bölgesi 397 çeşit yiyecek ve içecek çeşidi ile üçüncü sırada yer almıştır. Bunların yanı sıra Akdeniz ve Marmara Bölgesi 184 çeşit, Ege Bölgesi ise 162 çeşit yiyecek ve içeceği barındırdığı belirtilmiştir (Cömert ve Durlu Özkaya, 2014). Bölgelerin mutfak kültürlerine ait özelliklere aşağıda yer verilmiştir.

2.4.1 Marmara bölgesi

Bölgenin bulunduğu yer, ismini aldığı Marmara denizinin çevresidir. Kırklareli, Edirne, Tekirdağ, İstanbul, Kocaeli, Yalova, Sakarya, Bilecik, Bursa, Balıkesir, Çanakkale illeri bu bölgede yer almaktadır (Türkiye Cumhuriyeti Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2020). Bölgenin Çanakkale ve Balıkesir şehirlerinden oluşan kısmında ayçiçeği, mısır, şeftali, badem, salçalık biber, zeytin ve zeytinyağı ön planda iken; yumurta, süt ve süt ürünleri ile beyaz ve kırmızı et hayvansal ürünleri oluşturmaktadır(Güney Marmara Kalkınma Ajansı, 2020).Marmara Bölgesi imparatorluklara başkent olmuş illerin mutfak kültürü ile ön plana çıkmaktadır. Et ve sebze yemeklerinin yanı sıra farklı lezzetler ile geniş bir yemek yelpazesine sahiptir (Özgüneş ve Bozok, 2017). Ege ve Akdeniz'in zeytin kültürünü, Karadeniz'in çeşitli yemeklerini, Anadolu'nun tahıllı yemekleri ile Doğu'nun etli yemeklerini bir araya getiren karma bir mutfak kültürü hakimdir (Sarı, 2017a). Deniz ürünleri ve hayvansal ürünler de bölgede önemli yer tutmaktadır (Şengül, 2017).Bölgeye ismini veren Marmara denizinde palamut ve uskumru önemli balıklar arasında ilk sırada yer almaktadır. Uskumrudan yapılan "Uskumru Dolması" ise dikkat çeken lezzetler arasında gösterilmektedir (Ünal Şengör ve Ceylan, 2018). Literatür taraması yapılarak Marmara bölgesinde yer alan bazı illerin mutfak kültürleri ve bu kültüre ait yemeklerin yapılışı hakkında bilgiye yer verilmiştir.

Edirne Mutfağı: Edirne, Osmanlı İmparatorluğu'na başkentlik yapmış, tarihi bir kenttir. Zengin çeşitleri barındıran saray ve Rumeli mutfak kültürüne sahip Edirne'nin kırsal kesiminde hamur işleri ve et ile hazırlanan yemeklere yer verilmektedir (Ergan ve diğ., 2020). Koyun etinden yapılan kara kavurma, gerdaniye, kuzu etinden yapılan pirinçli güveç, ciğer sarma etli yemeklere örnek olarak gösterilebilir (Gizerler, 1998). Edirne mutfağında yapılan en bilinen yemeklerin

başında tava ciğeri gelmektedir. Edirne ilinde yetiştirilen büyükbaş hayvan dananın ciğeri kullanılarak hazırlanmaktadır (Çakır ve diğ., 2017).



Şekil 2.5:Edirne Tava Ciğer

Kaynak: (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020a)

Edirne Tava Ciğeri: Dana ciğerin zarları soyulduktan sonra ince dilimler şeklinde damarları temizlenerek doğranır. Ciğer doğrandıktan sonra yıkayıp suyu süzülür. Suyu süzülen ciğer bir kap içerisine alınarak un ilave edilerek karıştırılır. Unlanmış ciğer parçaları kızgın yağ bulunan tava içerisinde iki dakika kızartılarak servis tabağına alınır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020a).

Edirne mutfağında yapılan tatlılar arasında bademli baklava, aşure, damla sakızlı sütlaç, sütle hazırlanan irmik helvası, bademli ezme örnek olarak gösterilebilir(Gizerler, 1998). Badem ezmesi, Osmanlı Saray Mutfağından günümüze kalan tatlılar arasında yer almaktadır. Bademlerin ayıklandıktan sonra su, limon ve şeker ilave edilten sonra macun kıvamına gelene kadar ezilerek hazırlanan bir tatlıdır(T.C. Edirne Valiliği, 2020).Marmara ile Ege arasında geçiş oluşturan Güney Marmara'da ise ilk göze çarpan lezzet tirit olmaktadır. Bunun yan sıra Balıkesir'e ait mantı, börülce ve salata gibi yemekler de özellikle Balıkesir'de yöreselliği ortaya koymaktadır (Sarı, 2017a).

Balıkesir Mutfağı: Balıkesir ili, organik ve doğal ürün çeşitliliği ile dikkat çekmektedir. Bölgede bulunan Lezgi, Pomak ve Çerkesler ile yaşanan etkileşim zengin bir mutfak kültürünün oluşmasına neden olmuştur (Özer ve Atay, 2017). Ayrıca tarım alanları ve bünyesinde barındırdığı hayvan sayısı bakımından önemli bir yere sahiptir (Demirel ve Karakuş, 2019). Balıkesir'in sahip olduğu kendine özgü

iklimi ve tarımsal şekli çok farklı türde yemeklerin yörede yapılabileceğini göstermektedir. Kuna, kalamar dolması, balıklı bamya, saçaklı mantı, hoşmerim lezzetine bakılabilecek sayılı yemeklerden bazıları olarak gösterilebilir (T.C. Balıkesir Valiliği, 2020).



Şekil 2.6: Höşmerim Tatlısı

Kaynak: (T.C. Balıkesir Valiliği, 2020)

Höşmerim: Keçi sütü pişirilip peynir mayası ile mayalandırılır. Mayalanmış peynir parçalara ayrılarak suyunun süzülmesi sağlanır. Ardından süzülen peynir bir tencereye alınarak üzerine yumurta sarıları eklenir. Daha sonra irmik de ilave edilerek ocakta pişirmeye devam edilir. En son olarak şeker ilavesi yapılır ve on dakika sonra pişirme işlemi sonlandırılır (Demirel ve Karakuş, 2019).

2.4.2 Karadeniz bölgesi

Türkiye'nin en büyük üçüncü bölgesi özelliğine sahip Karadeniz Bölgesi'nde Amasya, Artvin, Bartın, Bayburt, Bolu, Çorum, Düzce, Giresun, Gümüşhane, Karabük, Kastamonu, Ordu, Rize, Samsun, Sinop, Trabzon, Tokat ve Zonguldak olmak üzere toplam 18 şehir yer almaktadır (Kabacık, 2019). Karadeniz Bölgesi'nin kıyısı ile dağların diğer kısmında kalan karasal coğrafya ile Karadeniz mutfağı farklılık göstermektedir. İklim şartları nedeniyle bölgede yaşayan insanlar zaman içinde diğer kıyı coğrafyalardan farklı bir mutfak kültürü oluşturmuşlardır (Demirel ve Ayyıldız, 2017). Karadeniz mutfağı incelendiğinde bitkisel, hayvansal ve deniz ürünlerinden oluşan geniş bir çeşitlilik görülmektedir. Zengin bir iklim yapısına sahip olan Karadeniz bölgesinde bulunun köy ve kasabalarda bitkisel ve hayvansal gıdaların yer verildiği bir mutfak söz konusudur (Kabak, 2018). Bölgenin mutfağında

hamsi ve hamsiden yapılan yemekler, mısır ekmeği, karalahana, fasulye, patates sıklıkla karşılaşılan gıdalar arasında gösterilebilir. Bunun dışında özel günlerde genellikle sütlaç, hamsili pilav, içli pilav, ovmaç çorbası, un ve irmik helvası tüketilmektedir (Közleme, 2012). Bunun yanı sıra bölgede tüketilen çorbalar kıyı ve iç bölgelerde farklılık göstermektedir. Kıyı kesimde balık, karalahana ve yöre otlarıyla hazırlanan çorbalar yer alırken; iç kesimdeki şehirlerde tarhana türü çorbalar sıklıkla görülmektedir (Ertaş ve Gezmen Karadağ, 2013). Literatür taraması yapılarak Karadeniz bölgesinde yer alan bazı illerin mutfak kültürleri ve bu kültüre ait yemeklerin yapılışı hakkında bilgiye yer verilmiştir.

Giresun Mutfağı: Dört mevsim yağışlı bir iklime sahip olması Giresun ilinin mutfak kültürünü de etkilemiştir. Giresun mutfağında çeşitli bitkiler, mantar, diken uçları ve sebzeler gibi yiyecekler mevcuttur. Karalahana başta olmak üzere mendek, hoşran, ısırgan, madımak, sakarca, merevcen, galdirik, kabalak gibi pek çok bitkiler de bu yiyeceklere örnek olarak gösterilebilir (Gürsoy, 2017). Bölgenin iç ve kıyı kesimlerinde meyve, sebze üretim ve tüketim miktarı yüksektir. Sebzelerden fasulye ön plana çıkmaktadır. Fasulyeden; fasulye kavurması, fasulye diblesi, piyaz gibi çeşitli yemekler yapılabilmektedir (Sezgin ve Ayyıldız, 2018). Giresun yöresine ait bazı yemek isimleri ve hazırlanışlarına aşağıda yer verilmiştir.

Gelecoş: Süzme yoğurt kısık ateşte ısıtıldıktan sonra içerisine bayat ekmeğ parçaları ve yoğurt, tuz ilave edilir. Daha sonra üzerine eritilmiş tereyağı ve nane eklenir. Sıcak şekilde servis edilir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020b).



Şekil 2.7: Gelecoş Yemeği

Kaynak: (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020b.)

Taflan Kavurması: Taflan salamurası 5 veya 6 saat önceden suyun içinde bekletilerek, tuzunun çıkarılması sağlanır. Bu işlem sağlandıktan sonra bir tencerede ince doğranmış soğanlar tereyağı ya da sıvı yağ ile kavrulur. Daha sonra tuzu çıkarılmış taflan suyu süzülerek tencereye eklenir. Bir süre daha kavurma işlemine devam edildikten sonra, tercihe göre soğuk ya da sıcak servis edilir (Gürsoy, 2018).



Şekil 2.8: Taflan Kavurması

Kaynak:(Gürsoy, 2018)

Kastamonu Mutfağı: Kastamonu ili Karadeniz bölgesinin, batı Karadeniz bölümünde yer almaktadır. Doğusunda Sinop ve Çorum ili, batısında Bartın ve Karabük ili, güneyinde ise Çankırı ili bulunmaktadır (İbret ve diğ., 2015). Birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış olan Kastamonu, zengin bir tarihe ve mutfak kültürüne sahiptir. Osmanlı döneminde Saray Mutfakları'nda görev almış pek çok aşçının Kastamonu'lu olması da bu durumu destekleyici niteliktedir (Mızrak, 2018). Kastamonu coğrafyasının sahip olduğu çeşitlilik zengin bir mutfak kültürünün oluşmasında etkili olmuştur. Bu mutfak kültürünün gelişmesini sağlayan faktörler arasında iklim, coğrafya ve bunlara bağlı olarak gerçekleştirilen tarımsal üretim yer almaktadır (Aydoğdu ve Mızrak, 2017). Kastamonu'da 812 çeşit yemek bulunmaktadır. Bu yemeklerin 500 adetinin hakkında Anadolu'da yer alan diğer yörelerde bilgi sahibi olunmadığı ortaya çıkmıştır (Yaşar, 2019). Kastamonu mutfak kültüründe çorbalar, et ve sebze yemekleri, hamur işi ve tatlıların yanı sıra sanayi bitkileri, şekerlik ve meyvacılık da önemli yere sahiptir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020c).

Ekşili Pilav: Siyez bulguru ile hazırlanan yöresel bir yemektir. Tereyağı ile ince şekilde doğranmış kuru soğan, kırmızı ve yeşil biberin bir tencerede karıştırılarak kavurulması sağlanır. Daha sonra salça ilave edilerek kavurmaya devam edilir. Ardından 4 su bardağı su eklenerek kaynamaya bırakılır. Bu işlemler yapılmaya

başlanmadan önce yıkama işlemi yapılmış siyez bulguru kaynayan karışıma ilave edilir. Tuz ekledikten sonra, dereotu, asma yaprağı, taze nane, ısırgan otu, ebegümece ve yeşil soğandan oluşan bütüm otlar yıkanıp doğranarak tencereye katılır. Karışım piştikten sonra ocaktan alınmadan ayran eklenir ve kaynayana kadar karıştırılmaya devam edilir, ocaktan alınır. Bir tavada tereyağı eritilerek pul biber ve karabiber eklenir. Bu karışım tencereye ilave edilir. Ayranın miktarı ekşiliğin durumuna göre değiştirilebilir. 2-3 dakika dinlendirildikten sonra servis edilir (Yüce, 2018).



Şekil 2.9: Ekşili Pilav

Kaynak: (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020c.)

Mıklama: Bir tencerede soğanlar kavrulur. Kavrulan soğanların içerisine orta yağlı kıyma, maydanoz ve tuz ilave edilip tekrar kavurma işlemi yapılır. Kavrulan bu karışıma az miktarda su eklenerek kaynatılır. Daha sonra bu karışım bir sahan içerisine alınır. Üzerine yumurta kırıldıktan sonra sahan hafif ateşte pişirilir. Pişen yumurtanın üzerine kızdırılmış tereyağı gezdirilerek servis edilir. Mıklamanın ıspanaklı, etli, patatesli, mantarlı ve çökelekli türleri de bulunmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020c).

2.4.3 Akdeniz bölgesi

Akdeniz mutfağı farklı toplumların etkisiyle beraber çeşitli ürünlerle ve pişirme teknikleriyle zenginleşmiştir (Essid, 2012). Akdeniz Bölgesine ait beslenme kültüründe tahıl, yağlı tohumlar, meyve ve sebze tüketimine ağırlık verilmektedir (Grigg, 1999). Akdeniz Bölgesi'nin yeme ve içme alışkanlıklarında tahıl ürünleri, zeytinyağı, çeşitli sebze ve meyveler, süt ve süt ürünleri ile çeşitli baharatların yer aldığı görülmektedir. Zeytin ve zeytinyağına yemek yapımında sıkça yer verilmektedir. Beyaz ve kırmızı pancar, pırasa, pazı, bamya ve salatalık en fazla

tüketilen sebzelere örnek verilebilir (Kılınç ve Kılınç, 2018). Tahıllardan ise buğday ön plana çıkmaktadır (Turmo, 2012). Bunların yanı sıra bölgede yer alan peynir çeşitlerine de yörük peyniri, Hatay beyaz peynir, kelle peyniri, yalvaç küp peyniri, ezme peynir, testi peyniri şeklinde örnekler verilebilir (Kamber, 2007). Akdeniz mutfak kültüründe Batı Akdeniz kısmında yer alan illerde tatlı ve hamur işinin daha fazla tüketildiği mutfak kültürü mevcuttur. Doğu Akdeniz kısmında yer alan illerde ise etli ve yağlı yemeklerin daha fazla tüketildiği mutfak kültürünün olduğu görülmektedir (Şengül ve Türkay, 2016). Literatür taraması yapılarak Akdeniz bölgesinde yer alan bazı illerin mutfak kültürleri ve bu kültüre ait yemeklerin yapılışı hakkında bilgiye yer verilmiştir.

Hatay Mutfağı: Akdeniz mutfağı, birçok coğrafyaya ait beslenme şekillerinin bütününden oluşmaktadır. Farklı coğrafyalarda yer alan ülkeler İspanya, İtalya, Yunanistan, Türkiye, Cezayir, Tunus, Güney Fransa olup Akdeniz mutfağına ait özellikler bu ülkelerin iklimi coğrafyası, toplumdaki insanların kültürel özellikleri sonucu ortaya çıkmıştır (Sarı, 2017b). Akdeniz Bölgesinin Suriye sınırında yer alan Hatay, geçmişi çok eskiye dayanan, ticaret yollarının geçiş noktasında bulunan önemli bir şehirdir. Bölgede yaşamış pek çok uygarlığın Hatay iline ait mutfak kültürü üzerinde etkisi bulunmaktadır (Cömert, 2014). Mutfakta ekşi ve tatlının birlikte kullanılması, yemeklerde nar ekşisinin kullanılması, tahinin mezelerde kullanılması gibi örnekler Hatay mutfağının farklı kültürlerden etkilendiğini ortaya koymaktadır (Kaypak ve Uçar, 2018). Tarihi, kültürel birikimi ile dikkat çeken ve kendine özgü pek çok özelliğe sahip olan Hatay mutfağında 600'ün üzerinde yemek çeşidi yer almaktadır (Güzel ve Önçel, 2018). Hatay ili soğuk meze, ara sıcak, ana yemek ve çeşitli tatlıları ile değerli bulunarak 2017 senesinde "UNESCO Gastronomi Şehri" olarak seçilmiştir (Gökçeve diğ., 2018). Bu bağlamda Çizelge 2.5'te Hatay iline ait mutfak kültüründe yer alan geleneksel tatlara detaylı bir şekilde yer verilmiştir. Hatay mutfağında et yemeklerinde çeşitli kebablara yer verildiği görülmektedir. Sebze yemeklerinde kabak, ıspanak, pazı gibi sebzeler dikkat çekmektedir. Patlıcan hem dolma hem de meze ve salatalarda kullanılmaktadır. Bulgura içli köfte ve çiğ köftede yer verilirken, pirinçten pilav, mercimek ve firikten aş hazırlandığı görülmektedir. Hamur işlerinde ise çeşitli ekmek ve börekler yapılırken tatlılar arasında künefe, peynirli irmik helvası, ceviz reçeli, patlıcan reçeli gibi pek çok çeşit bulunmaktadır.

Çizelge 2.5:Hatay Mutfak Kültürüne Ait Geleneksel Yemekler

Et Yemekleri	Tepsi Kebabı, Kağıt Kebabı,Arab Kebabı, Aşur (Aşır), Tirit, Tuzda Tavuk, Kemmünlü Köfte(Kimyonlu Köfte), Belen Tavasası, Antakya Usulü Kıyma Kebabı ve Kuşbaşı, Makbule
Sebze Yemekleri	Occe(Mücver), Şeyh Mualla, Kabak Bastırma, Bamya, Lübye(Börülce), Kabak Boraniye, Ispanak Boraniye, Şıhl Mahşi, Aya Köfteli Ispanak Sapı, Zeytinyağlı Zılk(Pazı) Sapı
Bulgurlu Yiyecekler ve Aşlar	Tepsi Oruğu, Oruk(İçli Köfte), Domatesli Aş, Mercimekli Aş, Firikli Aş, Çiğ Köfte, Kabaklı Aş, Keşürlü Pirinç Pilavı(Kapuska), Patatesli Köfte, Sıraysil, Mütebli
Çorbalar	Kumbursiye,Toğga Çorbası, Ekşi Aşı, Yoğurt Aşı,Mahulta, Aya Köfteli Çorba, Şışbörek, Ekşili Çorba
Dolma ve Sarmalar	Etlı Lahana Sarma, Patlıcan Dolması, Kuru Patlıcan Dolma, Zeytinyağlı Yaprak Sarması, Zeytinyağlı Zılk Sarması, Mumbar
Mezeler ve Salatalar	Bakla, Cevizli Biber, Ali Nazik, Humus, Tarator, Patlıcan Yoğurtlama, Abugannuş, Zahter Salatası, Zeytin Salatası, Zılk Sapı Yoğurtlaması, Taze Sürk Salatası, Taze Çökelek salatası
Hamur İşleri	Kete, Kerebiç, Kömbe, Külçe, Semirsek, Ispanaklı Börek, Kaytaş Böreği, Biberli Ekmek, Katıklı Ekmek
Tatlı ve Reçeller	Peynirli İrmik Helvası, Künefe, Kabak Tatlısı, Taş Kadayıfı, Züngül, Şam Tatlısı, Haytalı, Keppet Reçeli, Patlıcan Reçeli, Ceviz Reçeli
Süt Ürünleri ve Yiyecekler	Künefelik Peynir, Cara(Testi) Peyniri ve Çökeleği, Sürk(Çökelek),Burma Peynir, Ezme Peynir, Tuzlu Yoğurt, Sünme Peynir (Çile Peyniri)

Kaynak: (Güzel ve Önçel, 2018)

Güzel ve Önçel (2018) yaptıkları çalışmada Çizelge 2.5' de gösterildiği şekilde Hatay mutfak kültürüne ait geleneksel yemeklere yer vermişlerdir. Bu yemekler arasında yer alan tatlı kategorisinde yer alan künefinin yapımı aşağıda gösterilmektedir.



Şekil 2.10: Künefe

Kaynak: (Cömert, 2014)

Künefe: Tereyağı ile hafif pişirilen iki kat kadayıfın arasına tuzsuz künefelik peynir konulur. Daha sonra ateş üzerinde her iki taraf kızarana kadar pişirilme işlemine devam edilir. Şeker, su karışımı ile elde edilen şerbet soğuduktan sonra pişirilen künefenin üzerine dökülür. Üzerine Antep fıstığı serpilerek servis edilir (Seçim ve Uçar, 2017).

Aşır: Bir gün önceden ıslatılan buğday bir tencerede su ile haşlanır. Üzerine soğan, kuzu kuşbaşı et, salça, kimyon ve tuz eklenir. Kısık ateşte 1 saat pişirilir. Sonra ateşten alınır ve tokmakla dövülür (Sarı, 2017b).

Isparta Mutfağı: Isparta ili, Akdeniz Bölgesi'nin kuzey kısmında Göller bölgesinde bulunmaktadır. Güney kısmında iklim daha ılıman durumda iken doğu kısmında bozkır ikliminin hakim olduğu görülmektedir (T.C. Isparta Valiliği, 2020). Isparta ili, iklimi sebebiyle tarımsal alanda çeşitliliğe sahiptir. Buna göre Isparta ilinde gül, elma, lavanta, kabak, kiraz gibi yöresel tarım ürünleri bulunmaktadır. Türkiye'nin gül bahçesi olarak görülen Isparta'da gül yağının yanı sıra lokum, reçel, parfüm, şerbet, şurup gibi farklı ürünlerle gül üretimi çeşitli hale getirilmektedir (Küçükayman ve diğ., 2018). Isparta, fiziki konumu itibariyle Akdeniz, Ege ve İç Anadolu bölgelerine çok yakın durumdadır (Durgun, 2006). Batı Akdeniz bölgesinde yer alan Isparta ilinde İç Anadolu mutfak kültürünün varlığının görülmesinin yanı sıra tahıl ve hamur işi ağırlıklı yemekler yer almaktadır (Kılınç ve Kılınç, 2018). Isparta mutfağında et, sebze ve tahıl içerikli yemek çeşitlerinin yanı sıra süt ve süt ürünleri, ekmek, börek ve tatlı çeşitleri bulunmaktadır. Isparta'da düğün yemeklerinin yapımı çeşitlilik kazanarak günümüzde de devam etmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020ç). Düğün yemeklerinde pirinç çorbası, bamya ya da fasulye, tatlı kabak aşısı, su böreği, bulgur pilavı, baklava verilmektedir (Halıcı, 1983).

Kabune Pilavı: Soğan halka halka doğandıktan sonra karabiber ve tuz ile ovulduktan sonra bakır bir kazanın alt kısmına konulur. Ardından üstüne haşlanmış nohut ilave edilir. Nohudun üzerine de daha önceden hazırlanmış, haşlanmış kuzu eti didilerek döşenir. Daha sonra üzerine önceden ıslatılmış pirinç eklenerek, et suyu ilave edilir. Yüksek ateşte 15 dakika pişmesi sağlanır. Suyu çekmiş ve yeterince pişmiş pirincin üzerine ocaktan alınmadan önce kızartılmış tereyağı ilave edilir. Ocaktan alınarak dinlenmeye bırakılır. Yeterince büyük bir servis tepsisine tencere ters çevrilerek boşaltılır. Tencerenin dibindeki et ve nohut üst kısımda görünecek şekilde karabiber ilave edilerek servis edilir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020ç).



Şekil 2.11: Kabune Pilavı

Kaynak: (Çuhadar ve diğ., 2018)

Çakal Helvası: Tencerenin içerisine pekmez konduktan sonra kaynatılmaya başlanır, kaynamaya başladığı sırada haşhaş eklenir ve yavaşça karıştırılıp koyu bir kıvamına ulaşana kadar kaynatılmaya devam edilir. Kıvamını kontrol etmek için, bakır tabağa birkaç damla bu yiyecekte damlatılarak serin bir yerde 4-5 dakika bekletilir. Kıvamın doğru olup olmadığını anlamak için tek seferde bulaşmadan kalkıyorsa kıvamın doğru olduğu anlaşılır. Kıvamı ayarlandıktan sonra az miktarda un eklenerek karıştırılır ve ocağın altı kapatılır. Bir tepsiye un döktükten sonra pekmezli haşhaş karışımından az miktarda ilave edilir. Tepsi derin dondurucuda 1-2 saat donması için muhafaza edilir. Daha sonra haşhaş taşının üzerine bir parça helva konup, çekiç una batırılarak dövme işlemi gerçekleştirilir. Haşhaş taneleri ezilerek helva yenilecek duruma getirilir. Ardından küçük parçalar parmak şeklinde rulolar haline getirilerek un konulmuş tabağa dizilip servis edilir (Çuhadar ve diğ., 2018).

2.4.4 Doğu Anadolu bölgesi

İpek yolu üzerinde yer alan ve birçok uygarlığın yaşadığı Doğu Anadolu bölgesi içerisinde çeşitli kültürlerin bir arada olduğu bir coğrafyaya sahiptir (Başar ve Silahşör, 2019). Doğu Anadolu bölgesi kışların çok soğuk geçtiği karasal iklime sahiptir (Özgen, 2010). Kış şartlarının zor olması muhafaza yöntemlerinin gelişmesine ve farklı lezzetlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu bağlamda bölgede peynir çeşitliliğinin zenginliği dikkat çekmektedir (Şengül, 2017). Bölgeye ait yemek kültürü de önemli yere sahiptir. Hayvancılığın etkisiyle et yemeklerinin tüketimi oldukça fazla durumdadır (Dilsiz, 2010). Literatür taraması yapılarak Doğu Anadolu bölgesinde yer alan bazı illerin mutfak kültürleri ve bu kültüre ait yemeklerin yapılışı hakkında bilgiye yer verilmiştir.

Erzurum Mutfağı: Doğu Anadolu bölgesinde en büyük yüzölçümüne sahip il olarak karşımıza Erzurum çıkmaktadır. Erzurum ilinin tarihi kültürel değerler yönünden oldukça zengin durumdadır. Sahip olduğu konum itibariyle de İran ve Rusya gibi diğer ülkelerin mutfaklarından etkilenecek zengin bir mutfak kültürüne sahip olmuştur (Turan ve Akoğul, 2019). Erzurum mutfak kültüründe bulunan ürünler arasında ilk sırayı et almaktadır. Etin hem bölgede yaygın şekilde bulunması hem de yüksek besin değerine sahip olması nedeniyle Erzurum mutfak kültüründe önemli yeri vardır. En çok büyükbaş hayvan etinin tüketildiği Erzurum mutfağında küçükbaş olarak koyun ve kuzu eti tercih edilmektedir (Akoğul, 2019). Erzurum ilinde en dikkat çeken ürün olan cağ kebabı et yemekleri içerisinde en bilinen yöresel yiyecektir. Cağ kebabının yapımında kuzu eti kullanılmaktadır (Başar ve diğ., 2019). Cağ kebabı, Oltu, Tortum, Uzundere, Narman, Olur, Yusufeli ilçelerinde özellikle daha çok hazırlanmaktadır (Zaman ve Kayserili, 2015). Erzurum'da hazırlanan yemeklerde taze sebzenin yanı sıra kurutulmuş ya da salamura yapılmış sebze ve meyvelere de yer verilmektedir. Yeşil fasulyenin yanı sıra evelik, kızılca, mananık, ebe gümece gibi yeşillikler kurutulmuş yemekler de kullanılır (Ertaş ve Gezmen Karadağ, 2013). Hayvancılığın önemli yere sahip olduğu Erzurum, et ve süt ürünleri başta olmak üzere hayvansal ürünler konusunda ülkemizde dikkat çeken yörelerden birisi olmuştur. Erzurum'a özgü civil peyniri ülkemizde ki diğer illerde de ün kazanmayı başarmıştır (Serçeoğlu, 2014).

Cağ Kebabı: Kemiğinden ayrılmış et parçaları el büyüklüğünde parçalar şeklinde doğranır ve düz bir yere serilerek üzerine tuz ilave edilir. Bir kabın içerisinde ince kıyılmış kuru soğanlar etlerin üzerine eklenerek hamur yoğurur şekilde elle sıkılır ve böylece tuz ile soğan ete iyice yedirilmiş hale getirilir. Bir süre buzdolabında dinlendirildikten sonra şişe geçirilerek pişirmeye başlanabilir. Servis edilirken mevsim salata, acılı ezme, süzme yoğurt, közlenmiş biber de verilmektedir (Polat Üzümcü ve Denk, 2019).



Şekil 2.12: Cağ Kebabı

Kaynak: (Polat Üzümcü ve Denk, 2019)

Kankaş (Kadayıf Dolması): Tel kadayıfın içerisine badem, ceviz, fındık vs. konularak hazırlanan bir tatlı türüdür (Dilsiz, 2010).

Gılıkko: Pilavlık bulgurun üzerine sıcak su ilave edildikten sonra demlenmesi sağlanır. Sonra içersine karabiber, tuz ve un eklenerek köfte gibi yoğrulur. Ardından yuvarlak köfteler yapıp, ayrı bir tencerede kaynayan suyun içerisinde bir süre pişirilir. Pişirildikten sonra köftelerin suyu süzülerek üzerine tereyağı ve tercihe göre sarımsaklı yoğurt dökülerek servis edilir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020d).

Van Mutfağı: Etrafı yüksek dağlara sahip Van Gölü ovasında kurulmuş Van şehri birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış ve bu uygarlıklara başkent olmuştur. Kışların sert ve kar yağışlı, yazların ise sıcak ve kurak olduğu karasal iklime sahiptir (Gazioğlu Şensoy ve Tutuş, 2017). Dağlık bir coğrafyaya sahip olan bölgede yer alan göl, iklimin yumuşamasına neden olmaktadır. Bu durum bölgeye yerleşmiş insanlara hem beslenme hem de ulaşım yönünden kolaylık sağlamaktadır (Coşkun, 2017). Bölgenin geçim kaynaklarından biri olan hayvancılık Van yemek kültüründe et ürünlerinin daha çok tüketilmesine neden olmuştur. Bunun yanı sıra Van Gölü'nde yer alan kefal balığı türü de çeşitli yöntemlerle pişirilip tüketilmektedir. (Oğur, 2019). Van ilinin İpek Yolunun geçtiği bölgede bulunması, kahvaltı geleneğinin

oluşmasına etki etmiştir. Van kahvaltısı tamamen yerel ürünlerden oluşmaktadır. Bu yerel ürünlere örnek olarak Van balı, yoğurt kaymağı, süt kaymağı, yayık tereyağı, cacık, otlu penir, örme peynir, beyaz peynir, martuğa, kavut, gencirütten verilebilir (Kılıçhan ve Köşker, 2015).

Kavut: Taze kavrulmuş buğday çekilip öğütüldükten sonra tereyağında kavrulup bulamaç şekline getirilerek hazırlanmaktadır. Tercihe göre içerisine yumurta da kırılabilir.

Çatçingir: Sengeser ve kelledos isimleriyle bilinen çeşitleri de bulunmaktadır. Sengeser adı ile bilinen türünde kavurma soğan ve su ilave edilerek tekrar kavrulur ve başka bir köşede hazırlanan mercimek, kurutulmuş kaymak ve süzölmüş yoğurta eklenerek pişirilir. Kelledos adı ile bilinen türünde ise kavurma bol soğan ile kavrulur su ilave edilir. Parçalara bölünmüş lavaş ekmekleri ve ceviz üzerine eklenir (Ertaş ve Gezmen Karadağ, 2013).

2.4.5 Güneydoğu Anadolubölgesi

Güneydoğu Anadolu Bölgesi Doğu Anadolu Bölgesinin güneyinde, Güneydoğu Toros Dağlarının güney kısmı ile Suriye sınırı arasındaki bölgeyi kaplamaktadır (Şengün ve Boyraz, 2008). Bölgede kış mevsimi düşük sıcaklıkta yaşanırken, yaz mevsiminin sıcaklığı bunaltıcı özelliğe sahiptir. Yağışlar Akdeniz ikliminde olduğu gibi soğuk mevsimde sıklık göstermektedir (Sözer, 1984). Güneydoğu Anadolu bölgesinin "Bereketli Hilal" şeklinde hitap edilen bölgede bulunması sebebi ile Türkiye'nin mutfak kültürüne zenginlik katan önemli bölgelerden birisi olarak düşünülmektedir (Aksoy ve Sezgi, 2015). Literatür taraması yapılarak Güneydoğu Anadolu bölgesinde yer alan bazı illerin mutfak kültürleri ve bu kültüre ait yemeklerin yapılışı hakkında bilgiye yer verilmiştir.

Gaziantep Mutfağı: Güneydoğu Anadolu bölgesinin en büyük şehri olan Gaziantep, coğrafi konum itibari ile Akdeniz bölgesi ile Güneydoğu Anadolu bölgesinin birleştiği noktada yer almaktadır. Gaziantep şehri Roma, Pers, Hitit, Bizans gibi birçok farklı medeniyeti bünyesinde barındırmıştır (Parlak Kalkan, 2015). Eski medeniyetlerin hakim olduğu bölgelerde farklı kültürlere ait yemekler ve lezzetler Gaziantep mutfağının zenginleşmesini sağlayan faktör olmuştur (Yıldız ve Sarıbaş, 2019). Gaziantep'in tarih boyunca devamlı ticaret ve üretim merkezi halinde olması da zengin bir mutfak kültürüne sahip olmasına neden olmuştur (Kaya ve Sormaz,

2019). Bu zenginliğe sahip olan Gaziantep, 2015 yılında UNESCO "Yaratıcı Şehirler Ağı"na dahil olmayı başaran şehir olmuştur (Sert, 2019). Gaziantep yemekleri çeşitliliğe sahiptir. Şehrin sofrasında, ülkemizdeki diğer yörelerde yapılmakta olan et, sebze ve hamur yemeklerinin yanı sıra farklı bölgelerden göçen toplulukların kültürlerine ait yemekler ve güneyde yer alan komşumuz Suriye'den geçmiş birçok yemek bulunmaktadır (Tuç ve Özkanlı, 2017). Zengin bir kültürüne sahip Gaziantep mutfağında 475 çeşide yakın yemek yer almaktadır. Anadolu'da olduğu gibi et içerikli yemek kültürüne sahiptir, yörede daha çok koyun eti tercih edilmektedir. Bunun yanı sıra hindi, tavuk ve son zamanlarda da balık eti de tüketilen etler arasında bulunmaktadır (Yazgan Serinkaya, 2017). Günümüzde Gaziantep mutfağının kebaplar ile ön planda olduğu görülmektedir. Fakat geleneksel bölgeye ait mutfaklarda etin yanı sıra bakliyat ve tahılların kullanımına da önem verilmektedir. Bulgur, pirinç, firik, bakla gibi ürünlerin pilav, dolma, köfte gibi yemeklerin yapımında yer alması bunun bir göstergesidir (Kaya, 2016). Bölgede hazırlanan çorbalarda kullanılan ürünler genellikle tahıldan oluşmaktadır. Dövmelik buğday çeşidinden yapılan Alaca çorba geleneksel bir ürün olup kökü eskiye uzanmaktadır (Yıldırım ve Sönmezdağ, 2018). Kullanılan baharatlar da yemeklere göre değişiklik göstermektedir ve Gaziantep mutfağında limon, limon tuzu, koruk, koruk pekmezi, sumak tozu, sumak ekşisi ve nar ekşisi olmak üzere yedi çeşit ekşi yer almaktadır. Bu ekşiler yemeğin türüne göre değişiklik göstermektedir (Giritlioğlu ve Karaman, 2017). Buna göre bamya yemeğinde koruk, yaprak sarmasında erik, lahana ve pancar sarmasında nar ve sumak ekşisinin kullanımı örnek olarak gösterilebilir (Akın, 2018). Gaziantep mutfağında mevsimine göre taze sebze ve meyvelerin kullanımına da önem verilmektedir (Avcıkurt ve diğ., 2016). Yemeklerin yanında taze soğan, sarımsak, nane, pırpırım, aşotu, yarpuz gibi sebze ve yeşilliklerin yenilmesi buna örnek olarak gösterilebilir (Kaya ve Sormaz, 2019). Geçmişte günümüze ulaşan Gaziantep mutfak kültürüne ait bazı yöresel yemeklere örnek olarak patlıcan kebabı, alinazik, lahmacun, beyran, firik pilavı, borani, haylan kabağı dolması, içli köfte, kısır köftesi gibi birçok yemek gösterilebilir (Gökırmaklı ve diğ., 2017).



Şekil 2.13: Beyran

Kaynak: (T.C. Gaziantep Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020)

Beyran: Bir tencerede kemikli gerdan haşlanıncaya kadar kaynatılır. Başka bir tencerede pirinç haşlanır, ardından haşlanan pirinçler beş porsiyona ayrılarak tabaklara konur. Daha sonra pirinç üzerine et, et suyu, sarımsak, yaprak biber, tuz, karabiber eklenir ve limon sıkılır, kaynayana kadar ısıtıldıktan sonra servis edilir (T.C. Gaziantep Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020).

Çağla Aşısı: Çekirdekleri çıkartılmış çağlalar kaynatıldıktan sonra soğuk suyun içerisinde birkaç saat bekletilir. Başka bir ocakta kaynatılan etin parça etin üzerine nohut ve tuz ilave edildikten sonra çağlalar da eklenir. Yoğurt, yumurta ve zeytinyağı başka bir ocakta pişirilerek yemeğin içerisine katılır. Daha sonra üzerine kızdırılmış yağ, karabiber ve haspir dökülür (Ertaş ve Gezmen Karadağ, 2013).

Mardin Mutfağı: Mardin, eski uygarlıkların merkezlerinin bulunduğu Mezopotamya bölgesinin kuzey kısmında farklı dinlerin ve kültürlerin biraraya geldiği coğrafi bölgede kurulmuştur (Işık ve Güneş, 2015). Güneydoğu Anadolu bölgesinde Bereketli Hilal olarak bilinen bölgenin içinde yer alan Mardin şehri, geçmişten günümüze kadar Türkler, Araplar, Kürtler, Süryaniler, Ermeniler ve Yezidilerden oluşan birçok farklı kültürü bünyesinde barındırmıştır (Gürbüz ve diğ., 2017). Mardin'in yemek kültürü incelendiğinde Kürtlerin sıklıkla sulu yemekleri tükettikleri, Süryani ve Arap yemeklerinin ise benzerlik gösterdiği gözlemlenmiştir. Mardin'e özgü yemekler, bölgede yetişen bitkilerin de dahil olmasıyla birlikte geleneksel bir boyuta ulaşmıştır (T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020e). Yemeklerde daha çok kullanılan baharatlara örnek olarak karabiber, karanfil, tarçın, anason, susam, sumak, kişniş, yenibahar, kimyon gösterilebilir (Toprak ve diğ., 2018). Bölgede kullanılan baharatlar ile lezzet verilen yöresel yemekler arasında

ikbebet, ırok, semburek, etli dolma, kibe, kuzu çevirme, kaburga dolması, lebeniyye ve zerde bulunmaktadır (T.C. Mardin Valiliği, 2020).

Kibbe: İşkembe dolması olarak bilinmektedir. Kuzu işkembesinin içerisine pirinç, nane ve et ilave edilerek hazırlanmaktadır. Pişmiş nohut ile servis edilmektedir (Hürriyet, 2019).

Kaburga Dolması: Et yemekleri içerisinde en çok bilinenlerden birisidir. Kaburganın içerisine dana eti pirin ve baharat eklenerek hazırlanmaktadır. Kaburganın yanında, içerisinde kuş üzümü, fıstık ve maydanoz bulunan pilav yer almaktadır (Hürriyet, 2019).

2.4.6 Ege bölgesi

Ege bölgesi, adını kendisine komşu konumunda olan Ege Denizi'nden almıştır. Konumu itibari ile Marmara, İç Anadolu ve Akdeniz Bölgelerine komşu olmaktadır. İzmir, Manisa, Aydın, Uşak ve Kütahya şehirlerinin tamamı, Muğla, Denizli, Afyon şehirlerinin büyük bir bölümü, Balıkesir ve Bursa şehirlerinin küçük bazı bölümleri bu sınırlar içerisinde yer almaktadır (Köksal, 2017). Ege bölgesi, İç Anadolu bölgesine yakın olması nedeniyle iklim, bitki örtüsüne bağlı yetiştirilen tarım ürünleri ile İç Batı Anadolu bölümü ve denize yakın kısmı ile Ege bölümü olmak üzere ikiye ayrılmış durumdadır (Dilsiz, 2010). Ege bölgesi, tarıma elverişli iklimi ve coğrafi yapısı ile gelişmiş tarımsal potansiyele sahiptir. Bölge tarımında pamuk, zeytin ve zeytinyağı, üzüm, incir ve tütünün tarımına büyük yer verilmiş ve bu durum bölgenin ekonomisine fayda sağlamıştır (Özken ve Özde, 2012). Kıyıkısımda yer alan illerinde Akdeniz tarzı beslenme hakimdir. Zeytin ve zeytinyağı, yörede bulunan otlar ve sebzeler ile balık ve deniz ürünlerinin bulunduğu mutfak kültürü söz konusudur. Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak ve Denizli gibi illerin yer aldığı iç kesimlerde ise et yemekleri, hamur işleri ve sebze yemeklerinin yer aldığı mutfak kültürü hakimdir (Çiftçi, 2019). Literatür taraması yapılarak Ege bölgesinde yer alan bazı illerin mutfak kültürleri ve bu kültüre ait yemeklerin yapılışı hakkında bilgiye yer verilmiştir.

Afyonkarahisar Mutfağı: Afyonkarahisar, Anadolu Yarımadası'nın batıya yakın kısmında, Ege Bölgesini'nin İç Batı Anadolu sınırları içerisinde yer almaktadır. Afyonkarahisar şehri, İskitler, Frigya, Lidya, Pers, Romalılar, Bizans, Emeviler, Selçuklu, Osmanlı gibi farklı medeniyetleri bünyesinde bulundurmıştır (Sivri,

2018). Afyonkarahisar, İç Anadolu, Ege ve Akdeniz bölgelerinin kesiştiği noktada bulunmaktadır. Şehir dağlık alanlardan oluşmasının yanı sıra ovalar ve platolar da mevcuttur. Afyon Ovası, Sandıklı Ovası, Sincanlı Ovası en önemli ovaları arasında yer almaktadır (Yücel ve diğ., 2012). Şehrin dikkat çekmesindeki unsurlar arasında peribacaları, göller, yaylalar, milli parklar, mağaralar bulunmaktadır (Özdemir ve Kervankıran, 2012).

Afyonkarahisar şehrinin mutfak kültürü incelendiğinde tarım ve hayvancılığın yaygın olması yemek kültürü üzerinde etki göstermiştir. Yörede hazırlanan yemeklere bakıldığında et yemekleri, sebze yemekleri ve hamur işlerinin sıklıkla yapıldığı görülmektedir. Hamur işlerinde genellikle haşhaş kullanımı dikkat çekmektedir (Çakıcı ve Zencir, 2018). Afyonkarahisar mutfağında et yemekleri kendi yağı kullanarak hazırlanmaktadır. Yemeklerde ise iç ya da böbrek yağından yapılan don yağına yer verilmektedir. (Kızıldemir, 2019). Yörenin mutfağında nohut, mercimek, buğday, göce adı verilen kabuğu soyulmuş buğday, düğü adı verilen ince çekilmiş bulgur sıklıkla kullanılan ürünler arasında yer almaktadır. Bütün sebzelerin kullanımına yer verilen mutfakta genellikle pek çok sebzenin musakkası yapılmaktadır (Çiftçi, 2019). Afyonkarahisar ilinin en çok bilinen ürünleri arasında ise sucuk, kaymak, pastırma, kiraz ve patatesli ekmek bulunmaktadır (Boyras, 2019). Afyonkarahisar'da yemekli toplantılar ve davetler doğum davetleri, ölüm yemeği, sünnet düğünü ve daveti, hacı daveti, zinardı daveti, oğlan kınası daveti, güveyi koyma daveti, el öpme ve çeyiz indirme daveti ve gezek yemekleri şeklindedir. Davetlerin özelliklerine göre yemek çeşitleri değişmektedir. Örneğin oğlan kınası davetinde pirinç çorbası, patlıcan musakka, yalancı dolma, kaymaklı ekmek kadayıfı veya baklava verilmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020f).

Tayga Çorbası: Yoğurt, un, pirinç ve yumurta bir tencerede kıvamı koyu hale gelene kadar karıştırılır. Pirinçler yumuşatıldıktan sonra et suyu ve birkaç dal kekik ilave edilerek kaynayana kadar karıştırma işlemine devam edilir. Piştikten sonra tuz ilave edilerek servis tabağına alınır. Üzerine kaymak konularak servis işlemi tamamlanır (Aydın, 2015).

Çullama Köfte: Bu yemek özellikle doğum sonrası yakın akraba ve komşular tarafından hazırlanmaktadır. Kıyma, ince bulgur, yumurta, tuz ve karabiberden elde edilen harc, köfteler haline getirilip haşlanır. Haşlanan köfteler un, yumurta ve suyun birleştirilmesiyle oluşan karışıma batırılarak kızgın yağda kızartılır (Çiftçi, 2019).

Haşhaşlı Lokul: Elenmiş unun ortasına, bir kaptaki karıştırılmış şeker, ılık su ve maya karışımı ilave edilir. Sıvı yağ, ılık su ve yoğurda katılarak yumuşak yapıda bir hamur elde edilir. Hazırlanan hamurun üzerine un serpidikten sonra bir bez yardımı ile kapatılarak mayalanması sağlanır. Mayalanan hamurdan yumurta büyüklüğünde parçalar kopartılarak açılır. Üzerine haşhaş sürülüp, gül şekli verilir. Yağlanmış tepsiye dizildikten sonra 15-20 dakika dinlendirilir. Daha sonra üzerine yağlı haşhaş sürülerek fırında pişirilir (Aydın, 2015).

Manisa Mutfağı: Manisa ili, Ege'nin asıl Ege bölümünde yer almaktadır. Kuzeyinde Balıkesir, kuzeydoğusunda Kütahya, doğusunda Uşak, güneydoğusunda Denizli, güneyinde Aydın, batısında ise İzmir ili bulunmaktadır ve şehirde Akdeniz iklimi hakimdir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020f). İklimin elverişli olması nedeniyle birçok tarım ürünü yetişmektedir. Yetişen tarım ürünleri arasında buğday, arpa, pirinç, susam, kereviz, pırasa, ıspanak, lahana bulunmaktadır. Bunların yanı sıra ülkemizde yetişen üzüm ve zeytinin büyük bir bölümü Manisa şehrinde yetişmektedir (Özleyen ve Tepeci, 2017). Manisa, M.Ö. 3000 yılına dayanan bir geçmişe sahiptir. Farklı kültürlerle sahip birçok uygarlığı bünyesinde barındırmıştır. Bu uygarlıklardan geriye kalan unsurlar içerisinde yöresel yemekler önemli yer tutmaktadır. Manisa mutfağında ön plana çıkan yöresel lezzetler arasında Manisa Kebabı, Ekmek Dolması, Şevketi Bostan, Börülce Tarator, Kula Güveci yer almaktadır (Hazarhun ve Tepeci, 2018).

Manisa Kebabı: Dana eti ve kuzu eti karışık şekilde çift kıyılarak kıyma şekline getirilir. Tuz ilave edildikten sonra yoğrulup şişlere düzgünce sarılır. Ardından odun kömürü ateşinde pişirilir, diğer yandan pideler de bu ateşte ısıtılarak kızartılır. Domates ve biberlerin de közlenme işlemi aynı yerde tamamlanır. Kızaran pideler servis tabağına alınır ve üzerine pirişirilmiş kebab konulur. Kızdırılmış tereyağı gezdirilir ve sumak serpilir. Domates ve biberle süslendikten sonra servis edilir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020f).

Börülce Tarator: Kılçıkları ayıklanan börülceler doğrandıktan sonra az tuzlu suda haşlanarak süzülür. Bir kap içerisinde sarımsaklar tuz ile dövülüp içerisine limon suyu, zeytinyağı ve bir çorba kaşığı un eklendikten sonra karıştırılır. Haşlanıp süzülen börülceler kapaklı bir kabın içerisine alınarak üzerine hazırlanan sos dökülür. Birkaç saat buzdolabında dinlendirildikten sonra servis edilir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020f).

2.4.7 İç Anadolu bölgesi

İç Anadolu Bölgesi konumu itibariyle doğuda Doğu Anadolu Bölgesi, güneydoğuda Güneydoğu Anadolu Bölgesine göre ülkemizin iç kesiminde bulunmaktadır. Bu sebeple ismi İç Anadolu Bölgesi şeklinde konulmuştur (Doğaner, 2014).Ankara, Eskişehir, Konya, Nevşehir, Kayseri, Sivas,Niğde, Karaman, Kırıkkale, Kırşehir, Aksaray, Yozgat, Çorum ve Çankırı illerinden oluşmaktadır. Bölgede bozkır iklimi hakimdir ve çevresinde deniz bulunmaması nedeniyle balıkçılığın yerini tarımsal faaliyetler almıştır (Dilsiz, 2010).Literatür taraması yapılarak İç Anadolu Bölgesinde yer alan bazı illerin mutfak kültürleri ve bu kültüre ait yemeklerin yapılışı hakkında bilgiye yer verilmiştir.

Konya Mutfağı: Konya, İç Anadolu'da sahip olduğu alan ile Türkiye'nin en büyük şehridir. Fiziki coğrafyası yönünden sade görünümüne sahip etrafı dağlarla çevrili havza özelliğine sahiptir. M.Ö. 7000 yılından itibaren yerleşim yeri olarak kullanılmış ve birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır (Tapur, 2009). Selçuklu Devleti'ne başkent olmuş Konya ili, sahip olduğu mutfak kültürü ile Türk mutfağının oluşmasındaki önemli unsurlardan birisi olmuştur. Konya mutfağı, lezzetlerinin yanı sıra, sofraya düzeni, pişirme yöntemleri, mutfak araçları ve mutfak mimarisi ile Anadolu'yu yansıtmaktadır (Çölbay ve Sormaz, 2015). Konya mutfağındaki yemeklerde kullanılan ana malzeme et ve tahıldır. Süzme yoğurt, reyhan, düğü de en çok kullanılan diğer malzemeler arasında yer almaktadır. Konya yöresel yemekleri incelendiğinde ise Fırın kebabı, Etli ekmek, Bamya çorbası, Mevlana böreği dikkat çekmektedir (Büyükşalvarcı ve diğ., 2016). Konya mutfağında ekmek de önemli bir yere sahiptir. Belirli günlerde tandır yakılarak ekmek yapıldıktan sonra çömlek ve tencerelerde tandıra özgü yemekler pişirilirdi. Yapılan yemeklerin en başında tandır çorbası ve kelle paça yer almaktadır (Seçim ve Esen, 2020).

Bamya Çorbası: Konya'da klasik menülerde ara yemeği olarak yenilmektedir. Yapımında kurutulmuş çiçek bamyalar ve kuşbaşı et kullanılmaktadır. Bamyalar limon dilimleri eklenmiş su ile yarı şekilde haşlanır. Bir tencere içerisine et ve kuyruk yağı konularak et suyunu çekene kadar kavrulur. Sonra sade yağ ve soğanlar eklenerek kavrulmaya devam edilir. Salça ilave edildikten sonra biraz karıştırılır ve su konularak bir süre pişmeye bırakılır. Sonra haşlanmış bamyalar da ilave edilerek

bamyalar yumuşayana kadar biraz daha pişirilir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020g).

Etli Ekmek: Konya ile özdeşleşmiş lezzetlerden biri haline gelmiştir. Hazırlanışında temel olarak buğday unu ve kıyma kullanılmaktadır. Hamur kısmı ve iç kısmı ayrı şekilde hazırlanmaktadır. İç harcının içerisine tercihe göre dana ya da düve etine ek olarak tuz, domates, yeşilbiber, maydanoz ve kuru soğan ilave edilmektedir (Erik ve Pekerşen, 2018).

Sivas Mutfağı: İç Anadolu'da Yukarı Kızılırmak Bölümü'nde yer alan Sivas, ticari yolların aktif olduğu süreçte farklı bölgelerden nüfus çekmeyi başarmış ve bu durum kültürel bir birikimin oluşmasına neden olmuştur (Akbulut, 2009). Sivas şehri birçok medeniyete başkentlik yapmış ekonomik, kültürel ve siyasi yönden önemli bir şehir profili oluşturmuştur (Öztürk ve Arıkan, 2018). Farklı uygarlıkların bir araya geldiği şehirde farklı kültürlerin etileşim halinde olması yemek çeşitliliğine de katkı sağlamıştır. Sivas ilinin sahip olduğu soğuk iklim yapısı, tarihi geçmişi, toplum yapısı yemek kültürünün oluşmasına etki eden faktörler olmuştur (Zengin ve Işkın, 2017). Sivas mutfak kültüründe bitkisel besinler içerisinde buğday ön sıradadır. Kırsal kesimde farklı pişirme yöntemleri ile ekmek, börek ve katmer yapılmaktadır. Sivas mutfağında yer alan yemeklerde koyun eti sıklıkla kullanılırken, sığır ve dana etinden sucuk ve pastırma yapılmaktadır (Açık ve Çakıroğlu, 2018).

Çirli: Haşlanan nohut soyulduktan sonra et ve soğan ile birlikte kavrulur. Üzerine su ilave edildikten sonra üzüm kurusu da eklenir. Kaynamaya başlayınca kayısı kurusu da ilave edilir. Birkaç dakika sonra ocaktan alınarak servis edilir (Şimşek ve diğ., 2017).

Peskütan Çorbası: İstenilen miktarda peskütan su ile karıştırıldıktan sonra içerisine yarma, yeşil mercimek ve kemikli kıyma ilave edilip pişirilir. Ardından üzerine nane, soğan ve yağ karışımı döküldükten sonra servis edilir (Ertaş ve Gezmen Karadağ, 2013).

Madımak Yemeği: Bir tencere içerisine tereyağı, salça, soğan, sarımsak, pastırma konularak karıştırılır. Ardından yıkanıp doğranmış madımaklar, pilavlık bulgur, su, tuz, kırmızıbiber ve biber salçası ilave edilerek pişirildikten sonra servis edilir (Zengin ve Işkın, 2017).

2.5 Yiyecek ve İçecek Endüstrisinde Fine Dining Kavramı ve Türk Mutfağı ile İlişkisi

Yeme ve içme ile ilgili alışkanlıklar, insanlığın varoluşundan beri temel ihtiyaçlar arasında olmuştur. Farklı kaynaklardan insanların yeme ve içme biçimleri ile ilgili birçok bilgiye ulaşılmış olsa da bu konu üzerine son yıllarda bilimsel araştırmalara sıklıkla yer verilmiştir (Cömert ve Sökmen, 2017). Yeme ve içme kavramı insanların temel gereksinimlerini gidermenin yanı sıra birçok sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını da gidermede de önemli bir yere sahiptir. İnsanlar yiyecek ve içecekleri yaşamlarını devam ettirebilmenin yanında güzel vakit geçirmek, eğlenmek için de tüketmektedirler (Erdem ve Akyürek, 2017). Küreselleşmenin etkisine bağlı olarak insanların yaşam şekli, sosyal ve ekonomik durumları değişmiş, çalışma yaşamının yoğunlaşması ile birlikte kadınlar iş hayatında daha çok yer almaya başlamıştır. Bu durumda aileler evde daha az zaman geçirdikleri için ev dışındaki kafeteryaları ve restoranları tercih ederek yeme ve içme ihtiyaçlarını gidermeye başlamışlardır (Bengül ve Güven, 2019). Ticari anlamda ev dışında yemek tüketme, insanların kendi evi dışında farklı bir yerde bir işletme tarafından üretilen ve sunulan yiyecek ve içecekleri belirli bir ücret karşılığında tüketmeleri şeklinde ifade edilebilir (Aydoğdu ve diğ., 2019). Yiyecek ve içecek ihtiyacının giderilme şekli, üretim ve tüketim durumu mutfak kültürünü ortaya çıkarmaktadır. Tarihsel süreç içerisinde toplumların sosyal ve kültürel değişimleri, gelenek ve göreneklerine bağlı olarak mutfaklar da değişimlere uğramıştır (Erdoğan Aracı, 2016). Bu değişimler yiyecek ve içecek endüstrisinde çeşitli mutfakların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu noktada karşımıza çıkan mutfaklar otel mutfağı, restoran mutfağı, fast food hizmet veren mutfaklar, catering işletme mutfakları, endüstriyel mutfaklar, havayolu ikram hizmetleri mutfağı ve gemi mutfakları şeklinde sıralanabilir (Erdem ve Akyürek, 2017).

Yiyecek ve içecek endüstrisi, insanların yaşadıkları yerler dışında farklı nedenlerle yaptıkları seyahatlerde ya da konaklamalarda yeme ve içme gereksinimlerini karşılayabilmek amacıyla mal ve hizmete sahip ticari işletmelerden meydana gelmektedir (Sökmen, 2014). Yiyecek ve içecek sektörünün zamanla kendini geliştirmesi, bu sektör üzerinde yatırımların da çoğalmasına neden olmuştur. Buna paralel olarak günümüzde yiyecek ve içecek işletmelerinin sayısı da artmaktadır. Yiyecek ve içecek endüstrisi içerisinde yer alan restoranlar sahip olduğu menü,

atmosfer ve kalitesine göre sınıflandırılabilir (Akoğlu ve Öztürk, 2018). Sürekli olarak değişim gösteren restoran işletmeleri var olan rekabet içerisinde tutunabilmek ve müşterilerine farklı ve yeni deneyimler yaşatabilmek için yenilikçi yapıda olmalıdır (Albayrak, 2017). Günümüzde insanlar karnını doyurmanın dışında mekan, atmosfer ve diğer koşullardan zevk almak, tatmin olmak amacıyla dışarda yemek yeme ihtiyacı duymaktadırlar (Erdem ve Akyürek, 2017).

Yiyecek ve içecek sektörü teknolojiye yaşanan gelişmeler, yaşam standartlarının değişmesi, uluslararası seyahatlerin artması gibi etkenler ile birlikte büyümeye devam etmektedir. Bu büyümenin neden olduğu durumlardan birisi ise dışarıda yemek yeme alışkanlığıdır (Bekar ve Gümüş Dönmez,2016). Sanayileşme ve kentleşme ile birlikte insanların farklı yerleri görme isteği, yaşadıkları yerler dışında başka bölgelerde beslenme ihtiyaçlarını gidermeleri, dışarıda yemek yemenin ticari bir boyut kazanmasına neden olmuştur (Akarçay ve Suğur, 2015). Bireylerin yaşamlarını sürdürdüğü yerler dışında yiyecek ve içecek ihtiyacını giderdikleri yerlerden birisi restoranlar olmuştur (Teyin ve diğer., 2017). Restoranlar insanların beslenme gereksinimlerini gidermek amacıyla yiyecek ve içecekler sunmanın yanı sıra bireylerin kaliteli zaman geçirmelerini amaçlayan ticari kuruluşlar şeklinde tanımlanabilir (Şengül ve Türkay, 2015). Restoran kelimesi Fransız yazar olan *Antoine Furetiere* tarafından hasta veya yorgun durumda olan bir insanı iyi hale getirme özelliğine sahip yemek ya da ilaç olarak tanımlanmıştır (Karamustafa ve diğer., 2016). İlk modern restoran Paris'te Boulanger tarafından müşterilere farklı seçenekler sunan bir bakış açısıyla açılmıştır (Teyin ve diğer., 2017). Restoran işletmelerinin sınıflandırılmasını Amerikan Restoran Birliği, geleneksel restoranlar ve özellikli restoranlar şeklinde ele almaktadır. Bunun dışında ticari ve kurumsal yiyecek ve içecek hizmetleri şeklinde de değerlendirilmektedir (Cevizkaya, 2015). Sökmen (2014), yiyecek içecek hizmetleri yönetimi ve işletmeciliği adlı yazdığı kitabında ticari yiyecek ve içecek işletmelerini;

- Lüks restoranlar (fine dining rooms)
- Kafeler/ snack barlar (cafe)
- Çabuk yemek restoranlar (fast food/quick service restaurants)
- Alışveriş merkezlerindeki restoranlar(food halls/ courts)
- Sıradan/ olağan restoranlar (casual dining restaurants)
- Etnik restoranlar (ethnic restaurants)

- Özellikli restoranlar (specialty restaurants)
- Ulaşım merkezlerindeki restoranlar
- Toplu Yiyecek İçecek Hizmetleri (catering ve banket) şeklinde sıralamıştır.

Ticari olmayan işletmeler içerisinde ise kurumsal işletmeler olan okullar, hastaneler, üniversiteler vb. yer almaktadır. Ayrıca bünyesinde çalıştırdığı personeline yeme ve içme hizmeti veren işletmeler de ticari olmayan işletmeler içerisinde bulunmaktadır (Teyin ve diğ., 2017). 1765 yılında Paris'te Boulanger tarafından ilk restoranın kurulmasından sonra restoranlar hızla gelişerek daha geniş kitlelere ulaşmıştır. Bu durum şeflerin daha yenilikçi ve mükemmeliyetçi olmasıyla birlikte var olan restoranlarda çalışmanın dışında kendi restoranlarını açmaya teşvik etmiştir (Durand ve diğ., 2007). Zaman geçtikçe ticari faaliyetleri yükselen yiyecek ve içecek işletmeleri arasında yer alan restoranlar insanların biyolojik, psikolojik ve sosyolojik ihtiyaçlarının giderilmesine yardımcı olan yerler olarak çeşitlenmeye başlamıştır (Karamustafa ve diğ., 2016). Tüketicilerin kaliteli restoranlara olan ihtiyaçları restoran seçimini etkilemektedir. Bu noktada Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinin bakış açısından tüketicilerin kaliteli restoranlara yönelik ihtiyaçlarını anlamak için yararlanılabilir. İhtiyaçlar hiyerarşisinin en temelinde fizyolojik ihtiyaçlar yer almaktadır. Jung ve diğ., (2015), restoran seçiminde hizmet kalitesi ve fiyatın ikincil faktör olduğunu ana faktörün ise yemek olduğunu belirtmiştir. Röhr ve diğ., (2005), tüketicilerin son zamanlarda gıda güvenliği konusu üzerinde daha fazla durduklarını ifade etmiştir. Restoranlar, tüketicilerin güvenlik ihtiyaçları nedeniyle gıda güvenliğini vurgulamaktadır. Bu konuda yapılan araştırmalarda restoran seçiminde gıda güvenliğinin ana faktörlerden biri olduğu belirlenmiştir (Voon, 2012). İhtiyaç hiyerarşisinde üçüncü seviyede ise sevgi bulunmaktadır. Tüketiciler restoran seçiminde sosyal güdüleri doğrultusunda farklı restoran taleplerinde bulunmaktadır. Örneğin tüketicilerin aileleri ve arkadaşları ile yemek yedikleri restoranlar, iş yemeği yedikleri restoranlardan farklı olabilmektedir. Dördüncü ihtiyaç seviyesinde itibar bulunmaktadır (Hsu ve diğ., 2018). Voon (2012), farklı restoran türlerini içeren bir çalışma gerçekleştirmiştir. Kaliteli restoranları tercih eden genç tüketicilerin yemek kalitesini vurgulamalarına rağmen hizmet kalitesinin restoran tercihinde belirleyici faktör olduğuna inandıklarını tespit etmiştir. Tüketicilerin hizmet kalitesi talepleri, saygı duyulması gerektiğinin bir göstergesidir.

Bireylerin ihtiyaçları doğrultusunda farklı bir konsept olarak fine dining restoran karşımıza çıkmaktadır. Fine dining restoranlar dünya mutfaklarından etkilenen, yaratıcılığa önem veren, küçük porsiyonların bulunduğu, genellikle sezonluk ve yerli ürünlerin kullanıldığı, atmosferin ön planda olduğu bir restorandır (Akoğlu ve ztrk, 2018). Endüstri uzmanları fine dining terimini kaliteli sofraya ve atmosfer Şeklinde tanımlamaktadır (Harr, 2008). Müşterilerin restoran seçimleri üzerine etki eden faktörler arasında restorana hangi amaçla gidildiği, restorana beraber gidilen kişiler ve restoranın türü etki etmektedir (Albayrak, 2014). Chen ve diğ., (2015), fine dining restoranlarda yemek yeme nedeninin sadece temel ihtiyaçlardan ibaret olmadığını belirtmiştir. Yemek yiyenlerin duyguları ve bağlılıkları da fine dining restoranların seçimine etki etmektedir. İlk fine dining restoran 1827 yılında ABD’de yüksek kalitede ve fiyatta menüler ortaya çıkararak Dolmonicos isimli zincir restoran işletmesi olarak kurulmuştur (Akoğlu ve ztrk, 2018). Fine dining konsepti anlayışının bilinirliğinin artmasına, kaliteli malzemelerin kullanılması ve yemeklerin sunumundaki yöntemlerde farklı teknolojilerin kullanılması ile üstün, güçlü ve sanatsal becerilere sahip usta Şeflere ihtiyaç duyulması gibi nedenler engel olarak grlmştir(Beauge, 2012). Tüketicilerin fine dining restoranlara yönelik algıları, geleneksel Fransız mutfağı ve uluslararası görgü kurallarındanyeniliki lezzetlere ve moda ya uygun dekorasyona doğru kaymıştır. Bu durum tüketicilerin tercihlerinin değişime uğradığını göstermektedir (Harrington ve diğ., 2011). Fine dining restoranlarda hizmet yemek kadar önemli bir yere sahiptir. Buna göre fine dining restoranlar kendilerine sosyal değer sağlaması ve iyi kalitede hizmet vermesi sebebiyle yüksek gelirli müşteriler tarafından sıklıkla tercih edilmektedir (Eliwa, 2006). Njite ve diğ., (2008), fine dining restoranların seçiminde yemek dışında etki eden faktörleri araştırmıştır. Bu faktörler arasında müşteri ilişkilerinin önemli yer tuttuğu tespit edilmiştir. Tsaur ve Lo (2020) fine dining restoranlarda yemek deneyiminin üzerine bir araştırma gerçekleştirmiştir. Buna göre yemek deneyimini kaliteli hizmet, lezzetli yemekler, fiziksel ortamın Őıklıđı ve ambiyans etkilemektedir. Fine dining restoranların gelişimi büyük mutfak, rafine mutfak ve yenilikçi mutfak Şeklinde üç kısımda incelenebilir. Bu başlıklar içerisinde en önemlisi “Nouvelle Cuisine” Şeklinde adlandırılan yenilikçi mutfak akımı olmuştur (Akoğlu ve ztrk, 2018). Nouvelle yani yenilikçi mutfağın etkisi 1970’lerde gelişerek Fransa’da yayılmaya başlamıştır. Bu kavram mutfakta bulunan teknolojik aletlerin, malzemelerin, pişirme ve sunum Şekillerinin köklü bir Şekilde değişime uğradığını

ortaya koymaktadır (Cracknell ve Nobis, 1989). Yemek ile ilgili konularda yazarlık yapan Menon, *Nouveau Traite De La Cuisine* adlı kitabının 1742 yılındaki baskısında yeni mutfak şeklinde isimlendirilen *nouvelle cuisine* kavramını kullanan ilk yazar olmuştur. (Aksoy ve Üner, 2016). *Nouvelle cuisine*, son derece yüksek kaliteli ve maliyetli yemeklerin hazırlanmasına yoğunlaşmaktadır. Geleneği tamamen terk etmeden yeni ve heyecan verici yemek kombinasyonlarını denemesini sağlar. Ortaya çıkan yemekler şaşırtıcı ve alışılmıştın dışındadır (Cracknell ve Nobis, 1989). 1789 Fransız İhtilali öncesinde gösterişli ziyafetler, abartılı tabaklar yer almaktaydı. Aristokrat zümrenin ortadan kaldırılması bu zümreye hizmet sunan rafine mutfağın, halkın bulunduğu restoranlara geçmesini sağlamıştır. Siyasi, sosyal ve ekonomik gelişmeler sonucunda ticarileşen rafine mutfakta köklü yenilikler ortaya çıkmıştır (Clark, 1975; Ferguson, 1998). Köklü yeniliklerin sonucunda birbirini taklit eden yemeklerin yerini özgün ve yaratıcı tabaklar almıştır. Ayrıca büyük ve abartılı porsiyonlar yerini daha sade ve küçük porsiyonlara bırakmıştır. Bunların yanı sıra bir öğünde verilen yemek sayısı da azaltılmıştır (Abrams, 2013). Günümüzde faaliyet gösteren bir fine dining restorana ait yemeğe Şekil 2.14'te yer verilmiştir.



Şekil 2.14:Fine Dining Restoran Yemeği

Kaynak: (Mikla Restoran, 2021)

Yiyecek ve içecek işletmeleri değişen topsumsal durumlara paralel olarak daha çok gelişmekte ve değişmektedir. Türk mutfak kültüründe de restoran konseptlerinin çeşitlenerek ve farklı restoran konseptleri uygulanabilir (Akoğlu ve Öztürk, 2018).Türkiye’de 1980 yılının sonuna kadar restoran sayısı belli bir sayının üzerine çıkamıyordu. 1980 öncesi dışarıda yemek yemek az tecrübe edilen bir davranıştı. Restoranların giderek artması ile birlikte bu durum değişti ve her kesimden insan dışarıda yemek ihtiyacını gidermeye başladı (Safı ve diğ., 2020). Özellikle lüks restoranlardaki yenilikler, restorandaki estetik, fiziksel unsurlar, atmosferden

kaynaklı sıcaklık ve rahatlık bu restoranlara müşterilerin gelmesi için çekici nedenler olarak ortaya çıkmaktadır (Sahilli Birdir ve Yıldız Kale, 2014). Fine dining yemek kültürü de ülkemizde uygulanmaya başlamış lüks restoranlar kategorisinde yer alan restoran çeşitlerinden bir tanesi olmuştur. Fakat bu konseptte uygun olmayan pek çok restoran fine dining adı altında kendilerini tanıtmaktadır. Bu durum fine dining konseptinin ülkemizde, yurt dışında olan şekli ile bilinirliğini olumsuz etkilemektedir (Akoğlu ve Öztürk, 2018).Hsu (2018), fine dining restoran yöneticilerinin müşterilerin ihtiyaçlarını önemsemesi gerektiğini belirtmiştir. Fakat çoğu yönetici bu durumu yeterince dikkate almamaktadır. Bu durum da fine dining restoranların piyasadan çekilmesine neden olmaktadır.

Sökmen (2014)' e göre, yiyecek ve içecek sektörü yaşanan toplumsal olaylar doğrultusunda değişmektedir. Bu bağlamda Türk mutfağında farklı restoran konseptleri uygulanabilirliği de mümkün durumdadır. Akoğlu ve Öztürk (2018)'e göre farklı restoran konseptlerinden biri olan fine dining ile ilgili olarak müşterilerin beklentileri, tercih etme nedenleri, aşçıların bakış açısı hakkında yurt dışında Eliwa, 2006; Harrington ve diğ., 2011 gibi çalışmalar mevcuttur. Bizim ülkemizde de bu konseptte yönelik çalışmalar daha fazla yapılarak dikkat çekilebilir. Bu konseptin Türk mutfak kültüründe daha çok yer etmesi sağlanarak Türk mutfak kültürünün bilinirliği yükseltilebilir.Geçmişe eskiye dayanan Türk mutfağı Batının etkisi, kitle iletişim araçları, gıda endüstrisinin değişimi gibi pek çok nedenle değişime uğramıştır. Bu aşamada Türk mutfağının dünyada bulunan diğer mutfaklar arasında varlığını koruyabilmesi sağlanabilmelidir (Güler, 2007). Türk mutfağı ile ilgili literatürde yer alan çalışmaları inceleyerek ilerlemek hem bu konuda neler yapılabileceği ile ilgili hem de fine dining konseptinin Türk mutfağına uyarlanabilirliği ile ilgili fikirlere ulaşmamızda katkı sağlayacaktır.Bu bağlamda literatürde konuyla ilgili daha önce yapılmış olan çalışmalar sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda Arlı (1981) tüm bölgelerde ve şehirlerde beslenme kültürünün, yemek çeşitlerinin incelenmesinin pek çok yemek çeşidinin unutulmasına engel olacağını vurgulamaktadır. Baysal (1993), yazdığı “Beslenme Kültürümüz” adlı kitabında Türk beslenme kültürünün çok zengin olduğu konusuna dikkat çekmektedir. Sürücüoğlu ve Akman (1998),Türk mutfağının tarihsel gelişimi ve bugünkü değişim nedenleri adlı çalışmalarında Türk mutfağının değişmesine sebep olan unsurlar üzerinde durmaktadır. Ciğerim (2001), Batı ve Türk Mutfağının

gelişimi, etkileşimi ve yiyecek içecek hizmetlerinde Türk mutfağının yerine bir bakış adlı çalışmasının sonucunda elde ettiği bulgulara göre Türk mutfağının yaşadığı olumsuzluklar ve değişimlere rağmen yiyecek ve içecek işletmelerinde özellikle açık açık büfelerde ve ziyafetlerde başarılı bir şekilde sürdürüldüğünü vurgulamaktadır. Özdemir (2003), Türk, Fransız ve İtalyan mutfaklarının karşılaştırıldığı bir çalışmasının anket sonucuna göre Türk ve Fransız mutfaklarının maliyet düzeylerinin yüksek olduğunu ve Türk ve Fransız mutfaklarının İtalyan mutfağına göre müşteriler tarafından daha çok tercih edildiğini ifade etmektedir. Özdemir ve Kınay (2004)' ün yabancı ziyaretçilerin Türk mutfağına ilişkin görüşleri üzerine Antalya'yı ziyaret eden Alman ve Rus turistler üzerine yaptığı çalışmada Alman turistlerin Rus turistlere oranla Türk mutfağına daha olumlu bakış açısına sahip olduklarını tespit etmiştir. Şanlıer (2005), yerli ve yabancı turistlerin Türk mutfağına yönelik görüşleri üzerine yaptığı çalışmasında yerli turistlerin Türk yemeklerini iştah açıcı, hoş kokulu ve lezzetli bulunduğunu yabancı turistlerin ise lezzetli ve dikkat çekici bulduklarını anlatmaktadır. Güler (2007), Türk mutfağının tanıtımı ve tarihsel gelişim sürecinin günümüze nasıl geldiği ile ilgili yaptığı çalışmada kökleri eskiye dayanan Türk mutfağının değişmesine neden olan etkenler üzerinde durmuştur. Önçel (2015), Türk mutfağı ve geleceğine ilişkin değerlendirmeler üzerine yaptığı çalışmasının sonucunda Türk mutfağına ait lezzetlerin unutulmasını önleyecek çalışmaların yapılması gerektiğini vurgulamıştır. Girgin ve diğ., (2017a), dünyanın en iyi mutfakları ve Türk mutfağını ele alan çalışmalarının sonucunda dünyadaki en iyi mutfaklarının tanıtıldığı ve arama yapıldığı web siteleri incelendiğinde Türk mutfağının beklenen konumda olmadığı saptanmıştır. Cömert ve Alabacak (2019), Türk mutfağına ait yemeklerin değerlendirilmesi üzerine Ankara ilini incelediği çalışma sonucunda Ankara'da yaşayan insanların Türk mutfağına ait yemekleri lezzet açısından %51,7 oranında beğendikleri saptanmıştır. Bu kısımda yiyecek ve içecek endüstrisinde yer alan fine dining kavramına tanımı yapılarak giriş yapılmıştır. Bunun yanı sıra fine dining kavramının Türk mutfağı içerisindeki rolü üzerine değinilmiştir. Bundan yola çıkılarak Türk mutfağının gelişimi üzerine yapılan bazı çalışmalar üzerinde de durulmuştur.

3. FINE DINING RESTORANLARDA TÜRK MUTFAĞININ YERİ

Fine dining restoranlarda Türk mutfağının yeri konusu doğrultusunda literatürde ilk aşamada Türk mutfağının tarihsel gelişimi, genel özellikleri ve mutfak kültürüne etki eden faktörler, Türk mutfağının bölgelere göre farklılık ve benzerlikleri, yiyecek ve içecek endüstrisinde fine dining kavramı ve Türk mutfağı ile ilişkisi unsurları incelenmiştir. Bu ise bölümde yapılan araştırmanın amacı ve önemi, yöntemi, evren ve örnekleme, sınırlılıklar ve varsayımlar, elde edilen bulgular ve sonuç unsurları aktarılmıştır.

3.1 Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı İstanbul'da faaliyet gösteren fine dining restoran işletmelerinde Türk mutfağının yerini belirlemektir. Konu ile ilgili olarak İstanbul'da faaliyet gösteren fine dining restoranlarda hizmet veren mesleki yaşamında yeterli deneyime sahip 17 yetkili katılımcı (işletme müdürü, mutfak şefi vb.) 27 Mayıs 2020-8 Ağustos 2020 tarihleri arasında 12 yarı yapılandırılmış görüşme tekniği hem dijital hem de yüz yüze yöneltilerek katılımcıların görüşleri tespit edilmiştir. Ülkelerin ve farklı mutfak kültürlerinden uzmanların fine dining algıları sosyal yapı ve kültürel faktörlerin etkisiyle değişiklik göstereceği (Akoğlu ve Öztürk, 2018) için mevcut çalışma Türkiye'de fine dining restoran işletmeleri ile ilgili durumu ortaya koymak adına da önem taşımaktadır. Bu çalışmanın sonucunda fine dining restoranların Türk mutfak kültüründeki mevcut durumu, uygulanabilirliği ve Türk mutfak kültürünün tanıtımına etki edecek diğer hususlar konusundaki yapılacak olan çalışmalara öncü öngörülmektedir. Çalışma sonucunda literatürde bulunan boşluğa katkı sağlamak ve bu konuda gerçekleştirilecek çalışmalara fikir ve destek sağlaması planlanmaktadır. Araştırmanın sonuçları, Türk mutfak kültürü konusunda eğitim almakta olan gastronomi ve aşçılık öğrencilerine ve bu konuda eğitim vermekte olan akademisyenlere de öngörüler sunarak yardımcı olacaktır. Bunun yanı sıra işletme sektöründe hizmet veren diğer şeflere ve hizmet verecek şef adaylarına fine dining restoranlarda Türk mutfağının yeri konusunda bilgilendirme sağlayacaktır.

İnsanlığın ilk yaşam belirtilerini vermeye başladığı tarihten itibaren zorunlu bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkan yemek ihtiyacı ve bu ihtiyacı karşılamak amacıyla gelişen mutfak kavramı, çeşitli dönemler içerisinde birçok evreden geçmiştir (Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015). Mutfak kavramını kültürle ilişki kurarak tanımladığımızda; beslenmenin sağlanmasına yönelik yemek, yiyecek ve içecek türleri ile bunların hazırlanmasında, pişirilmesinde ve saklanmasında kullanılan yer ve ekipmanı, yemek pişirme sanatının önemli kısımlarını ve yemek törenlerini ifade eden bir kültürdür (Seyitoğlu ve Çalışkan, 2014). Günümüz yemek sanatının her dalında birbirinden zengin örnekler veren Türk mutfağı; pişirme teknikleri, sofrada düzeni, kendine özgü servis şekilleri ile Fransız ve Çin mutfakları ile beraber dünyanın sayılı üç mutfağı arasında yer almaktadır (Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008). Türk mutfak kültürünün oluşumu ile ilgili özellikler şu başlıklar altında incelenebilmektedir. Göçebelik ve tarımsal ekonomik yapı, dinin etkisi, sosyo-ekonomik düzey, yaşam alanı olan coğrafi bölgelere göre değişiklik göstermesi ve başka kültürlerden etkilenme ve diğer kültürleri etkileme şeklindedir (Güler, 2010). Yiyecek içecek sektörünün giderek gelişen bir sektör olması, sektördeki yatırımları da yükseltmekte ve buna bağlı olarak günümüzde birbirlerinden farklı özelliklere sahip yiyecek içecek işletmelerinin sayısı giderek artış göstermektedir. Bu sebeple yiyecek içecek işletmelerinin sınıflandırılma ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Yiyecek içecek işletmeleri ticari ve ticari olmayan işletmeler olarak ikiye ayrılmıştır. Bu noktadan hareketle yeni bir restoran konsepti olan fine dining restoran ile karşılaşmaktadır. Bu aşamada ülkemizde yer alan bu tip restoranlarda zengin mutfak kültürüne sahip Türk mutfağının yeri de önemle yer almaktadır (Akoğlu ve Öztürk, 2018). Bu doğrultuda fine dining restoranlarda Türk mutfağının yerini belirlemeye yönelik yapılan bu araştırmanın yöntemi aşağıda verilmiştir.

3.2 Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada veri toplama aşamasında bireylerin deneyimlerine, tutumlarına, görüşlerine, şikayetlerine, duygularına ve düşüncelerine ilişkin bilgileri toplamada oldukça etkin bir yöntem olan, ilgili kişi veya gruplarla önceden belirlenmiş konular etrafında karşılıklı olarak konuşmak, soru sormak ve alınan bilgileri kaydetme şeklinde gerçekleştirilen kalitatif araştırma yöntemlerinden biri olan (görüşme tekniği yöntemi) kullanılacaktır (Baltacı, 2019). Önceden hazırlanmış görüşme

sorularından oluşan, ancak görüşme sırasında konunun akışına göre esneklik gösterilebilen yarı yapılandırılmış görüşme tekniğine uygun hazırlanan sorular yöneltilecektir. Bu araştırmada verilerin incelenmesinde içerik analizi yöntemi kullanılacaktır. Görüşme formunun birinci bölümünde katılımcının demografik bilgilerini içeren sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde ise 12 adet yarı yapılandırılmış araştırmasoruları yer almaktadır. Görüşme soruları literatür ve fine dining ile ilgili çalışmalardan yararlanılarak araştırmacılar tarafından oluşturulmuştur. Nitel uygulamalı yapılan araştırmada betimsel analiz yapılmıştır. Araştırmanın geçerliliğini artırmak için bulgular kısmında katılımcıların verdikleri cevaplar doğrudan alıntı şeklinde yer verilmiştir.

Görüşme formunda yer alan yarı yapılandırılmış araştırma sorularına aşağıda yer verilmektedir.

1. Müşteri tipolojiniz hakkında bilgi verir misiniz?
2. Menüde müşterilerinizin en çok tercih ettiği yemek hangisidir?
3. Menü fiyatlandırmasına etki eden faktörler nelerdir? Pahalı bulunuyor mu ?
4. Menüde hangi mutfakları ağırlıklı olarak tercih ediyorsunuz?
5. Menüde Türk Mutfağına yer veriyor musunuz? Menüde Türkiye’de hangi yöre mutfağının etkisi daha fazladır?
6. Türk Mutfağının tanıtımı ile ilgili neler yapılmalıdır?
7. Fine dining nedir?
8. Fine dining şefin yaratıcılığına katkı sağlayan bir konsept midir?
9. Türkiye’deki fine dining restoranlar konseptte uygun olarak hizmet vermekte midir?
10. Türk Mutfak kültürünün tanıtımında fine dining restoranların katkısı nedir?
11. Türk ve diğer ülke vatandaşlarının fine dining konseptine bakış açısı nasıldır?
12. Türkiye’de ve Dünya da yer alan fine dining restoranların arasındaki fark nedir?

Araştırma sürecinde, belirlenen bu restoranlara gidilerek ilk olarak işletme yetkililerinden izin alınıp daha sonraki aşamada işletmede hizmet veren yetkili kişiler (işletme müdürü, mutfak şefi vb.) tarafından görüşme formunun doldurulmasının kabul edilmesi dahilinde görüşme formları işletmede katılımcılara iletilmiştir. Ancak 21.03.2020 tarihinde İçişleri Bakanlığı Coronavirüs (Covid-19) sebebiyle **“içkili ve/veya içkisiz tüm lokanta ve restoranlar ile pastane ve benzeri işyerleri, sadece**

paket servis, gel-al vb. şekilde çalışacak, müşterilerin oturmasına izin verilmeyecektir” şeklinde karar alınması doğrultusunda görüşme formlarının işletmede hizmet veren yetkili kişiler ile yüz yüze görüşmenin sağlık açısından riskli olması nedeniyle dijital ortam üzerinden katılımcılardan izin alınarak kayıt altında gerçekleştirilmiştir. Bu sebeple araştırmanın B planı olarak bu sürecin daha uzun sürmesi halinde görüşme formlarının iki farklı yöntemle yetkili kişilere ulaştırılması planlanmıştır. İlk yöntem mail üzerinden İstanbul’da yer alan Fine dining restoranlardaki ilgili kişilere mail adresleri aracılığıyla ulaşılarak gerçekleştirilmiştir. Görüşme formlarının mail üzerinden gerçekleştirilmesi durumunda katılımcılara bir ön koşul sunulup araştırmada yer alan restoranlarda yakın zamanda hizmet verip vermedikleri belirlenerek görüşmeye devam edilmiştir. Diğer bir yöntem ise katılımcıların uygunluğu belirlenerek dijital ortamda görüşme sağlanıp görüşme formu elektronik ortamda sunularak, kişilerin izni ile sağlanan görüşmenin kayıt altında tutulması şeklinde gerçekleştirilmiştir.

3.3 Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini İstanbul’da faaliyet gösteren fine dining restoran işletmeleri çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmanın evrenini fine dining restoran işletmelerinde yönetici statüsündeki çalışanların oluşturmasının temel nedeni sahip oldukları bilgi ve deneyimleri ile kıyaslama becerilerinin fazla olmasıdır. Ayrıca evrenin İstanbul’da faaliyet gösteren Fine dining restoran işletmeleri olarak belirlenmesindeki temel neden İstanbul’un diğer illere göre sahip olduğu niteliklerdir. Bu nitelikler arasında gelir seviyesinin yüksek olması ve şehrin markalaşması yer almaktadır. Ayrıca turizm destinasyonunun gelişmiş olması da ön plana çıkmaktadır. Buna göre Kültür ve Turizm Bakanlığı (2019) web sayfasında bulunan İstanbul turizm istatistikleri raporu incelendiğinde farklı ülkelerden 14.906.663 yabancı turist İstanbul’u ziyaret ettiği bilgisine ulaşılmıştır. Bunların yanı sıra İstanbul’da faaliyet gösteren Fine dining restoran işletmeleri olarak belirlenmesinde araştırmacının zaman, maliyet ve ulaşım gibi kısıtlılıkları da dikkate alınmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığının web sayfasından 2019 yılında İstanbul’da faaliyet gösteren işletmelere ulaşılmıştır. 154 adet 1. sınıf restoran ve 45 adet 2. sınıf restoran kategorisinde toplam 199 işletmenin hizmet vermekte olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Ancak fine dining kategorisinde veri olmadığı tespit edilmiştir. Her lüks restoran fine dining kategorisinde

yer almamaktadır. Örneğin Happy Moon's da lüks restoranlar içerisinde bulunmaktadır. Fakat fine dining kategorisinde yer alan restoranlardada küçük porsiyonlar, sezonluk ve yerli ürünler kullanılmaktadır. Bu kategorideki restoranlarda atmosfer daha ön planda tutulmaktadır.

Yapılan bilimsel çalışmalarda evreni temsil edecek örneklem büyüklüğünün tespit edilmesi çalışma verilerinin evrene genellenebilmesini sağlamaktadır (Ural ve Kılıç, 2013). Bu doğrultuda, Turizm Restoran Yatırımcıları ve Gastronomi İşletmeleri Derneği (2020) elde edilen bilgiler doğrultusunda İstanbul'da 2020 yılında faaliyet gösteren 17 tane fine dining restoran işletmesi olduğu tespit edilmiştir. Evren ile ilgili bilgiler Turizm Restoran Yatırımcıları ve Gastronomi İşletmeleri Derneği'nden elde edilen bilgilerin yanı sıra Bekar ve Bekar (2020) fine dining restoranları belirlemede işletmelerin beyanlarını esas alınarak belirlenmiştir. Araştırma sırasında 2 işletmenin beyanı üzerine araştırma evreninden işletmeler çıkartılmıştır. İstanbul'da faaliyet gösteren 15 fine dining restoran işletmesinden 14'ü araştırmaya katılmayı kabul etmiştir. Buna göre araştırmanın evreni 14 fine dining restoran işletmesi olarak güncellenmiştir. Araştırmacı tarafından evreni oluşturan işletmelerle doğrudan iletişime geçilmiştir. İstanbul'da faaliyet gösteren 14 fine dining işletmesi ile görüşme tekniğinden yararlanılarak 17 yönetici düzeyinde çalışan katılımcı ile bulgular elde edilmiştir.

3.4 Sınırlıklar ve Varsayımlar

Bu çalışmanın temel varsayımları şunlardır;

- Araştırmaya katılan işletme müdürü, operasyon direktörü/ koornidatör şef, executive şef, sous şef, chef de partie ve demi şefler veri toplama aracına objektif cevaplar vererek görüşlerini gerçekçi olarak yansıtmışlardır.
- Araştırmaya katılan işletme müdürü, operasyon direktörü/ koornidatör şef, executive şef, sous şef, chef de partie ve demi şeflerden oluşan katılımcılar işlerinde uzmanlaşmış kişilerden oluşmaktadır.
- Araştırmaya katılan katılımcıların hepsi fine dining konseptindeki restoranlarda hizmet vermektedir.

Bu araştırma;

- İstanbul'da bulunan fine dining konseptindeki restoranlarda hizmet veren işletme müdürü, operasyon direktörü/ koornidatör şef, executive şef, sous şef, chef de partie ve demi şeflerin görüşüne göre İstanbul'da yer alan fine dining restoranlarda Türk mutfağının yeri konusu ile sınırlıdır.
- Katılımcılarla yapılan görüşmeler zaman, maliyet,Covid-19 gibi faktörler ile sınırlıdır.
- Katılımcılarla yapılan görüşmeler 27 Mayıs 2020- 8 Ağustos 2020 tarihleri ile sınırlıdır.
- Fine dining restoranların sayısının yaygın olmaması nedeniyle İstanbul'da faaliyet gösteren 17 fine dining restoran ile sınırlıdır.
- Katılımcıları oluşturan 2 işletme müdürü, 2 operasyon direktörü /koordinatör şef, 3 executive şef, 1 sous şef, 6 chef de partie ve 3 demi şeflerin görüşleri ile sınırlıdır.
- Veri toplama aracı olarak kullanılan görüşme formu ile sınırlıdır.
- Katılımcılara yönlendirilen 12 soru ile sınırlıdır.

3.5 Bulgular ve Tartışma

İstanbul'da faaliyet gösteren 17 fine dining restoran işletmesinden araştırmaya katılmayı kabul eden 14 fine dining restorandan 17 kişi ile iletişim kurularak görüşme formundaki sorular iletilmiştir.Bu restoranların sorumlu kişileri tarafından konseptlerinin fine dining olduğu onaylanmıştır. Görüşme formunda bulunan sorular iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümünde katılımcıların demografik ve kişisel bilgilerine yer verilmiştir. İkinci bölümünde ise fine dining ve Türk mutfağı ile ilgili sorular yer almıştır. Restoranların üç tanesi ile online görüşme yapılarak katılımcılara görüşme formu dijital ortamda sunulmuştur. Katılımcıların izni doğrultusunda görüşme kayıt altında tutularak gerçekleştirilmiştir. Bunun dışında kalan diğer restoranlardan bir tanesinin katılımcısı ile yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Katılımcının onay vermesi doğrultusunda cevaplar ses kayıt cihazı aracılığı ile kayıt altında tutulmuştur. Geriye kalan restoranların ilgili kişilerine mail aracılığı ile sorular iletilmiştir. Katılımcıların geri dönüş yapması sonucunda iletilen soruların cevaplarına ulaşım sağlanmıştır.Görüşme formunun ilk bölümünde

bulunankatılımcıların demografik ve kişisel bilgilerini Çizelge 3.1, 3.2 veÇizelge 3.3'te görebilmek mümkündür.

Çizelge 3.1: Katılımcıların Eğitim Düzeyleri

Eğitim Düzeyleri	
Eğitim Düzeyi	Kişi sayısı
Lise	4
Önlisans	4
Lisans	9

Çizelge3.1'e göre katılımcıların eğitim düzeylerinin lise, ön lisans ve lisans şeklinde olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitimleri gözlemlendiğinde ilkökul eğitim düzeyinde kişinin bulunmadığı görülmektedir. Lise ve ön lisans eğitimi alanların sayısının eşit olduğu, lisans eğitimi alan kişilerin sayısının ise lise ve ön lisans eğitimi alan kişilerden daha fazla olduğu görülmektedir.

Çizelge 3.2: Katılımcıların Mesleki Deneyim Süreleri

Mesleki Deneyim Süresi	
Deneyim Süresi	Kişi Sayısı
0 – 2 yıl	2
2 – 5 yıl	3
6 – 9 yıl	2
10 – 13 yıl	3
14 yıl ve üzeri	7

Çizelge 3.2'de katılımcıların mesleki deneyim sürelerine bakıldığında 14 yıl ve üzeri deneyim sahibi olan şeflerin sayısının diğerlerine göre yüksek olduğu gözlemlenmiştir.

Çizelge 3.3: Katılımcıların Görevlere Göre Dağılımları

Mesleki Statüleri	
Görevleri	Kişi Sayısı
İşletme Müdürü	2
Operasyon Direktörü /Koordinatör Chef	2
Executive Chef	3
Sous Chef	1
Chef De Partie	6
Demi Chef	3

Çizelge 3.3’de ise katılımcıların restorandaki görevleri işletme müdürü, operasyon direktörü/ koornidatör şef, executive şef, sous şef, chef de partie, demi şef şeklinde dağılmaktadır.

Görüşme formunun ikinci bölümünde ise fine dining restoranların Türk mutfağındaki yerini belirlemeye yönelik 12 soruya yer verilmiştir. İletişim sağlanan restoranlardaki ilgili kişilerin her birine K.1, K.2, K.3, K.4, K.5, K.6, K.7, K.8, K.9, K.10, K.11, K.12, K.13, K.14, K.15, K.16, K.17 şeklinde katılımcı kodu verilmiştir. Katılımcı kodu bulunan her bir ilgili kişiye 12 soru yönlendirilerek cevapları kayıt altında tutulmuştur. Bütün soruların cevapları, başına katılımcının kodu gelecek şekilde yazılarak aşağıda yer verilmiştir.

Müşteri tipolojiniz hakkında bilgi verir misiniz? sorusuna ilişkin katılımcıların cevaplarına aşağıda yer verilmiştir.

K.1: *"Müşteri profilimiz ile ilgili %80'i Türk, %20'si yurt dışından gelen misafirlerimiz şeklinde genelleme yapabilir. Genelleme olarak fiyatlar diğer tarzda ki restoranlar ile karşılaştırılınca, yüksek kalmasından dolayı üst düzey dediğimiz kitle daha çok misafirimiz olmaktadır".*

K.2: *"Her şeyden önce yeme ve içme kültürü edinmiş, bu alanda kendini geliştirmiş ve yeni lezzetler denemeye açık misafir profiline hitap etmekteyiz. Bir restorana gelirken fiyat endeksli düşünmeyen misafir portföyü, her fine dining restorantta olduğu gibi bizim restoranımızda da karşımıza çıkmaktadır. Öncelikle lezzete önem vermekteyiz".*

K.3: *"Müşteri profilimizi şirket yöneticileri ve sahipleri oluşturmaktadır. Kısacası belirli ekonomik ve kültür seviyesine sahip, Alafranga mutfak seven kişiler de denilebilir".*

K.4: *"Genel müşteri profilimiz yabancı kişilerden oluşmaktadır. Bu insanların büyük bir kısmı iş dünyasında yer almaktadır. İstanbul'da gerçekleştirdikleri iş ziyaretleri sırasında çalıştığım restoran ilk tercihler arasında bulunmaktadır. Bunun yanı sıra medyada yer alan ünlü isimler ve cemiyetlerde bulunan kişiler demüşteri profilimizi oluşturmaktadır".*

K.5: *"Müşteri profilimiz, yemeğin fiyatından çok kalitesine, lezzetine ve geçmişine önem veren bir kitleden oluşmaktadır. Yaşamak için yemek yerine daha çok keyifli bir yemek isteyen bir kitlemiz mevcuttur. Restoranımda hizmet gören müşteri*

kitlemizin çoğu yurt dışında ve yurt içinde birçok fine dining restoranda yemek deneyimi yaşamıştır".

K.6: "Müşterilerimiz genellikle iş dünyasından oluşmaktadır. Restoranımız 20 yıldır iş toplantılarının vazgeçilmez yeri olarak varlığını sürdürmektedir".

K.7: "Müşteri profilimiz çoğunlukla yabancı turistlerden oluşmaktadır. Bunu yanı sıra gastronomi deneyimlerine ilgi duyan yerli turistleri de ağırlamaktayız".

K.8: "Yerli ve yabancı her kesimden misafirlerimiz gelmektedir. Ne kadar yerli misafirimiz var ise bir o kadar da yabancı turist misafirimiz bulunmaktadır. Daha çok 40 yaş ve üstü insanlar restoranımızı tercih etmektedirler. Bu konuda yeterince kendimizi gençlere anlatabildiğimizi düşünmemekteyim".

K.9: "Restoranımıza gelen misafirlerimiz bizi genellikle yeni bir heyecan yaşamak için tercih etmektedirler. Profilimizi dünyanın çeşitli yerlerinde yemek yeme fırsatı bulan maddi geliri yüksek aileler oluşturmaktadır. Sektörde yeni bir oluşum gösterdiğimiz için, sektör ile ilgili birçok meslektaşımız ve restoran işletmecilerini ağırlamaktayız. İş yemeği ve özel günlerde daha çok tercih edilmekteyiz".

K.10: "Müşterilerimizin çoğu yabancı turistlerden oluşmaktadır. Bir oranlama yapılması gerekirse %70'i yabancı %30'u yerli turist diyebiliriz".

K.11: "Müşteri profilimiz iş adamları, beyaz yakalılar, sanatçılar, geliri yüksek olan üst düzey, eğitim kalitesi ile hayat felsefesi çok iyi olan insanlar oluşturmaktadır. İş toplantıları ve sosyal aktivite amaçlı gelenler de vardır".

K.12: "Restoranımızı yemek yemeyi bilen, damağını geliştirmek isteyen, farklı tatlar tatmak isteyen insanlar tercih etmektedir.Devamlı gelen müşterilerimiz de mevcutken, keşfetmek amacıyla gelen müşterilerimiz de vardır. Genel olarak yemeyi seven, kaliteli yemek yemek isteyen insanlar gelmektedir".

K.13: "Yabancı uyruklu insanların Türk mutfağına ilgisi artmaya başlamıştır. Müşteri profilimizin %70'i yabancı ağırlıklıdır. Bunlar çoğunlukla Japonya, Çin ve Avrupa'dan gelmektedirler".

K.14: "Restoranımıza yarı yarıya yerli ve yabancı turist gelmektedir. İş yemeği amaçlı gelen müşterilerimiz vardır. Genellikle beyaz yakalılar, iş yeri sahipleri, patronlar gelmektedir. Bunun dışında özel gün yemekleri için de tercih edenler bulunmaktadır".

K.15: "Müşterilerimizin çoğunu yabancı uyruklu insanlar oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra Türk müşterilerimiz de bulunmaktadır. Fakat çoğunlukla yabancı uyruklu insanlara hizmet sunmaktayız".

K.16: "Müşteri profilimiz gelir seviyesi yüksek, sosyoekonomik açıdan geliri yüksek olan misafir profilimiz mevcuttur. Bu duruma lokasyon etki etmektedir".

K.17:"Yemekten anlayan yeniliklere açık (gastronomi anlamında) farklı lezzetler arayan bir profil diyebiliriz".Katılımcıların müşteri tipolojisine ilişkin verdikleri cevaplara yönelik bulgular aşağıdaki Çizelge 3.4'de sunulmaktadır.

Çizelge 3.4: Fine Dining Restoranların Müşteri Tipolojisine İlişkin Bulgular

Kod	Türk Müşteri	Üst Düzey Kitle	Yeme ve İçme Kültürü	Lezzet ve Geçmiş	Şirket Yöneticileri	Yabancı Uyruklu Müşteri	İş Yemekleri	Yemek Deneyimi	Özel Günler	Kaliteli Yemek	Beyaz Yakalılar	Yüksek Gelir Seviyesi	Ünlüler	
K1	x	x	-	-	-	x	-	-	-	-	-	-	-	
K2	-	-	x	x	-	-	-	x	-	-	-	x	-	
K3	-	-	-	-	x	-	-	-	-	-	-	x	-	
K4	-	-	-	-	-	x	x	-	-	-	-	-	x	
K5	-	-	-	x	-	-	-	x	-	x	-	-	-	
K6	-	-	-	-	-	-	x	-	-	-	-	-	-	
K7	x	-	-	-	-	x	-	x	-	-	-	-	-	
K8	x	-	-	-	-	x	-	-	-	-	-	-	-	
K9	-	-	-	-	-	-	x	x	x	-	-	x	-	
K10	x	-	-	-	-	x	-	-	-	-	-	-	-	
K11	-	-	-	-	-	-	x	-	-	-	x	x	x	
K12	-	-	-	-	-	-	-	x	-	x	-	-	-	
K13	-	-	-	-	-	x	-	-	-	-	-	-	-	
K14	x	-	-	-	x	x	x	-	x	-	x	-	-	
K15	x	-	-	-	-	x	-	-	-	-	-	-	-	
K16	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	x	-	
K17	-	-	-	-	-	-	-	x	-	-	-	-	-	
Frekans	f	6	1	1	2	2	8	5	6	2	2	2	5	2
Yüzde	%	35,3	5,9	5,9	11,8	11,8	47,1	29,5	35,3	11,8	11,8	11,8	29,5	11,8

Çizelge 3.4'e göre fine dining restoranları en fazla yabancı uyruklu müşteriler (%47,1) tercih etmektedir. Katılımcıların %35,3'ü Türk müşterilerin fine dining restoranları tercih ettiklerini belirtmiştir. Fine dining restoranları gelir seviyesi yüksek (%29,5), beyaz yakalı, ünlü ve şirket yöneticileri (%11,8) ile üst düzey kitle (%5,9) müşterilerin tercih ettiği belirlenmiştir. Araştırmada yer alan katılımcıların %35,3'ünün görüşüne göre yemek deneyimi yaşamak isteyen insanların fine dining restoranları tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Görüşme yapılan diğer katılımcıların %29,5'i iş yemekleri ve %11,8'i özel günlerin fine dining restoranların tercih edilmesine etki ettiğini vurgulamıştır. Katılımcıların %11,8'i lezzet ve geçmişinin, yemeğin kalitesinin %5,9'u yeme ve içme kültürünün fine dining restoranların tercihine etki eden diğer faktörler olarak ifade etmiştir. Bu doğrultuda elde edilen bulgular değerlendirildiğinde genellikle yeme ve içme kültürü edinmiş, yeni lezzetler denemeye açık bireylerden oluşan müşteri profilinin bulunduğu belirtilmiştir. Görüşme yapılan katılımcıların çoğu restoranlarını yerli ve yabancı turistlerin yanı sıra beyaz yakalılar, iş yeri sahipleri, sosyo ekonomik açıdan geliri yüksek kişilerin tercih ettiklerini vurgulamışlardır.

Menüde müşterilerinizin en çok tercih ettiği yemek hangisidir? sorusuna ilişkin katılımcıların cevaplarına aşağıda yer verilmiştir.

K.1: *"Menüde misafirlerimiz en çok tadım menüsünü tercih etmektedirler. Bir yemek olarak ayırım yapılamamaktadır".*

K.2: *"Menü mevsimsel olarak güncellenmektedir. Her ürünü kendi mevsiminde kullanılma çabası içerisinde. Bunun dışında haftalık olarak tabaklarımız da var. Yani sürekli değişen ve gelişen dinamik bir menü anlayışımız mevcuttur. Ama vazgeçilmez bir yemeğimiz bulunmaktadır. Bu yemek ağır ateşte pişmiş "Dana Kaburga"dır. Restoranımızın açıldığı günden itibaren menüde ki yerini korumaktadır. Mevsimsel olarak kaburgaya ek olarak garnitürler de değişim yapılmasa da kaburga aslını korumaya devam etmektedir".*

K.3: *"Menüde misafirler en çok deniz mahsüllerini tercih etmektedirler".*

K.4: *"İstakozlu Linguini ve Sushi çeşitlerimizdir".*

K.5: *"Mevsimsel olarak menü değişimlerimiz sık sık olduğu için bu soruya genel bir cevap vermemek daha doğru olur. Kış aylarında ördek göğüs ve Beef Wellington*

daha çok tercih edilmektedir. Yaz aylarında ise başlangıçlardan deniz tarağı ve deniz levrek ceviche daha çok tercih edilmektedir".

K.6: "En çok tercih edilen yemek 4 saat pişirilen kuzu inciktir".

K.7: "Müşterilerimiz sürekli değıştiğı için buna net bir cevap vermek zor fakat ana yemekte sunduğumuz iki tercihten daha çok kırmızı et olan tabaklarımız seçilmektedir. Bunun nedeni yanlarına koyduğumuz garnitürlereolan bakış açımızdan gelmektedir. Buna verebileceğim en güzel tabak örneğı kuzu künefe ve kuzu karski tabağıdır".

K.8: "Dönerli Patlıcan Böreğı, Kağıtta Levrek, Hünkar Beğendi, Hamsili Pilav, Ispanaklı Kuzu İncik.Tatlı olarak Kazandibi, Vişneli Tirit ve Badem Kurabiyesi".

K.9:"Menümüz mevsimsel olarak çok hızlı değışiklik göstermektedir. Yemek olarak Mantar Tarhanası oldukça fazla tercih edilmiştir. Ancak menümüz günlük, haftalık olarak çok sık değışmektedir".

K.10:"Izgaradan kuzu örnek verilebilir. Ana malzemesi olan kuzu karski birden fazla birbirine uyumlu pişirme yöntemi ile kusursuz hale getirilmektedir. Yemeğı sade yağda kızarmış porçini mantarı, sumak ve kaya kuruğı turşulu közlenmiş patlıcan ve sosu tamamlamaktadır".

K.11:"En çok tercih edilen yemek ıspanak köküdür. Tam olarak salata gibi değıl, zeytinyağı soğuk, ılık arası köklerden oluşan bir yemektir. Kuru soğanlar pirinç büyüklüğünde doğranarak içerisine domates konkase ilave edilip hafif ateşte pişirilmektedir. Diğertarafta ıspanak kökleri yıkanıp tencerenin en alt kısmına dizilmektedir. Üzerine zeytinyağı dökülüp üzeri parşömen kağıdı ile örtülerek tencerenin kapağı kapatılmaktadır. Ardından 30 dakika, kısık ateşte pişirilmektedir. Ispanak kökleri Al dante olduktan sonra buzlu kazanlar içerisine konulmaktadır. Daha sonra gastronomlara tek tek dizilmektedir. Ordövrler geldiğı zaman gastronomlardan kalıp şeklinde çıkartılmaktadır. Zeytinyağı ve domates konkase ile birlikte deniz tuzu, karabiber ve dereotu katıldıktan sonra köklerin üzerine koyup servis edilmektedir. Bu yemek restoranın açıldığı ilk günden beri menüde yer almaktadır. Buna benzer Akdeniz mutfağı temelli 7-8 reçete mevcuttur".

K.12: "Ana yemeklerden sıklıkla konfi ördek ve kuzu tercih edilmektedir. Menümüzü baştan sona kadar hepsini tatmak isteyenler kişiler de bulunmaktadır. Yemeklerin hepsi lezzetlidir vemevsimine göre düzenleme yapılmaktadır".

K.13:"Bizim menümüz set halinde 15 tabaktan oluşmaktadır. Genellikle 15 tabağın hepsini tercih etmektedirler. Alakart şeklinde seçmeli olarak fazla talep bulunmuyor. Başlangıçlardan topik tabağı, soğuktan gambilya levrek, ana yemek olarak anne köftesi, tatlıda baklava tercih edilmektedir. Baklava restoranımızın bir imzası şeklinde nitelendirilebilir. Baklavada şerbet çok az miktarda şerbet vardır. Dış kısmı çıtır halka şeklinde baklava tereyağı ve ceviz reçeli vardır. İç dolgusunda az miktarda şekeri, fıstık, tuzsuz lor peyniri ve kaymak vardır. Yanında fındık krokan, bademli dondurma, süt kaymağı vermekteyiz. Daha sağlıklı, az kalorili olması nedeniyle insanlara çekici gelmektedir".

K.14:"İnsanların daha çok aşına olduğu yemekler tercih edilmektedir. Örneğin restoranda yıllardır tercih edilen balık ekmeğimiz vardır. Restoranımızın açıldığı ilk günden beri menümüzde yer almakta ve çıkartılmıyor. Bilen herkes mutlaka talep ediyor".

K.15: "Menümüz ağırlıklı olarak iki yada üç ayda bir değişmektedir. Buna bağlı olarak en çok tercih edilen yemek de değişiklik göstermektedir. Fakat müşteri potansiyelimiz turistler olduğu için daha çok geleneksel yöntemlerle yapılan yemekleri tercih ediyorlar. Yemeği örnek verecek olursak yıl bazında en çok tercih edilen yemek kuzu karski (kuzu sırt) diyebilirim".

K.16:"En çok tercih edilen yemekler, genellikle karides, bonfile, kuzu sırt ve dana pirzola, sushi çeşitleri (makiler), somon ve levrek, makarna grubundan tagliolini en yüksek satışı olan ürünlerdir. Tatlı da ise Jivara Cake ve Baked Alaskayer almaktadır".

K.17:"Sekizinci yılını dolduran bir restoran olduğumuz için menümüzde birçok yemek gelen misafirler tarafından tercih edilmektedir. Bir yemek ismi vermek gerekirse ağır ateşte pişmiş olan kaburga diyebiliriz".Katılımcıların müşterilerin en çok tercih ettikleri yemeklere ilişkin verdikleri cevaplara yönelik bilgiler aşağıdaki Çizelge 3.5'de sunulmaktadır.

Çizelge 3.5: Fine Dining Restoran Müşterilerinin En Çok Tercih Ettikleri Yemeklere İlişkin Bulgular

Kod	Tadım Menüsü	Menüde Yerini Koruyan Yemek	Mevsime Göre Değişen Menü	Et Yemekleri	Akdeniz Mutfağı Yemeği	Al Dante	Geleneksel Yöntemle Hazırlanan Yemek	Deniz Ürünü Yemekleri
K1	x	-	-	x	-	-	-	-
K2	-	x	x	-	-	-	-	-
K3	-	-	-	-	-	-	-	x
K4	-	-	-	-	-	-	-	x
K5	-	-	x	x	-	-	-	x
K6	-	-	-	x	-	-	-	-
K7	-	-	-	x	-	-	-	-
K8	-	-	-	x	-	-	-	x
K9	-	-	x	-	-	-	-	-
K10	-	-	-	x	-	-	-	-
K11	-	x	-	-	x	x	-	-
K12	x	-	x	x	-	-	-	-
K13	-	x	-	-	-	-	-	-
K14	-	x	-	-	-	-	-	-
K15	-	-	-	x	-	-	x	-
K16	-	-	-	x	-	-	-	x
K17	-	-	-	x	-	-	-	-
Frekans	f	2	4	4	10	1	1	5
Yüzde	%	11,8	23,6	23,6	58,9	5,9	5,9	29,5

Çizelge 3.5'e göre katılımcıların %58,9'u et yemeklerinin, %29,5'i deniz ürünü ile hazırlanan yemeklerin fine dining restoranlarda müşteriler tarafından tercih edildiğini vurgulamıştır. Katılımcıların %23,6'sı menüdeki yerini koruyan yemeklerin bulunduğunu ve menünün mevsime göre hazırlandığını ifade etmiştir. Araştırmada yer alan katılımcıların %11,8'inin görüşleri doğrultusunda fine dining restoranlarda müşterilerin tadım menüsünü tercih ettikleri saptanmıştır. Katılımcıların %5,9'unun görüşü doğrultusunda fine dining restoranlarda müşterilerin Akdeniz mutfağı

yemekleri, geleneksel yöntemlerle hazırlanan yemekleri ve Al dante pişirilen yemekleri tükettikleri tespit edilmiştir. Bu doğrultuda elde edilen bulgular değerlendirildiğinde katılımcılardan çoğunun soruyu yanıtlarken ilk başta menülerini mevsimsel olarak değiştirdiklerini, kullandıkları ürünleri bu doğrultuda belirlediklerini ifade ettikleri belirlenmiştir. Bazı restoranların açıldığı günden itibaren menüdeki yerini koruyan yemekleri mevcuttur. K2 kodlu katılımcının dana kaburga yemeği buna örnek olarak gösterilebilir. Bunların yanı sıra katılımcıların hizmet verdiği restoranlardaki menülerde genellikle balık ürünleri ve et ürünleri tabakların bulunduğu gözlemlenmiştir. Bunlara örnek olarak kağıtta levrek, konfi ördek ve kuzu, ıspanaklı kuzu incik, sushi gösterilebilir.

Menü fiyatlandırmasına etki eden faktörler nelerdir? Pahalı bulunuyor mu? sorusuna ilişkin katılımcıların cevaplarına aşağıda yer verilmiştir.

K.1: *"Bazen pahalı bulunuyor bazen de bulunmuyor. Aslında gelen kişiye göre tamamen değişkenlik göstermektedir. Etki eden faktörlere kullanılan ürün maliyeti, personel maliyeti, ambiyans ve kullanılan ekipmanlar gösterilebilir".*

K.2: *"Menü fiyatlandırması yapılırken dikkat edilen temel öge aldığımız ürünlerin maliyeti ve kalitesidir. Biz menüde kullandığımız her ürünü farklı tedarikçilerden sağlamaktayız. Özellikle çoğu ürünümüzü yerel üreticilerden ve ana kaynaklarından tedarik ediyoruz. Örnek verecek olursak menüde kullandığımız bir peynir (tarzı siyah) Fethiye'den geliyor. Bu sayede hem biz doğru ürünü kullanmış oluyoruz hem de üretici kazanmış oluyor. Pahalı bulunması konusuna gelecek olursak hitap ettiğimiz müşteri portföyünde çok pahalı olarak görülme de arada pahalı bulan kişiler de bulunmaktadır".*

K.3: *"Menüde maliyet hesabına göre fiyatlandırma yapıyoruz. Bizi tercih eden misafirlerin çoğunluğu yemek kalitesine bakmaktadırlar. Kısacası bilinçli tüketici ödediği ücretin karşılığını kaliteli ürün olarak talep etmektedir".*

K.4: *"Fiyatlarımıza etki eden faktörler kullandığımız kaliteli malzemelerdir. Sebze ve meyvelerimizin hepsi mevsiminde taze ve organik olarak alınmaktadır. Diğer kullandığımız malzemelerin ise her zaman en iyisi alınmakta gerekirse yurt dışından alışverişlerimiz sağlanmaktadır. Elbette ki pahalı bulunan içeriklerimiz mevcuttur. Ama müşterilerimiz tadına baktıklarında fiyat ve tadı karşılaştırdığında bizlere hak vermektedirler".*

K.5:"Türkiye'de daha çok kullanılacak malzeme fiyatlarındaki ani değişiklikler olmasından dolayı malzeme fiyat odaklı menü fiyatlandırması yapılmaktadır. Biz restoranımızda menü fiyatlandırması yaparken %28'ni maliyet oranına göre fiyatlandırma yapıyoruz. Bu fiyatlandırmanın son halini alması için rakip restoranlar ve yemeklerin fiyat algısını da göz önünde bulunduruyoruz. Menü fiyatlarının pahalılık oranı ülkede kişi başı gelir oranındaki aşırı farklar yüzünden %50'sini oranında pahalı bulunuyor".

K.6:"Menü fiyatlarındaki en büyük etken tabii ki tedarikçilerin belirlediği fiyatlar yıl içinde çok değişiklik göstermese de menüye yansımaktadır. Müşteriler hizmetten memnun kaldıkları için fiyatlar pahalı bulunmuyor".

K.7:"Menü fiyatlandırmasında malzemenin cinsi, kalitesi ve üreticisi etkilidir. Üreticinin o dönemde ki hasadına göre de bu fiyat değişmektedir. Menüümüz çoğunlukla müşteri kitlemizden dolayı pahalı bulunmuyor".

K.8:"Hepimizin yaşadığı ekonomik sıkıntılar, pazardaki yüksek fiyatlar ister istemez bize de yansımaktadır. Bu durumu dengede tutmaya çalışıyoruz. Eskisi gibi kazanç getirisi yüksek olmamaktadır. Biz her bütçeye uygun olduğumuzu düşünüyoruz. Çok parası olan da az parası olan da restoranımızdan hizmet almaktadır".

K.9:"Menünün tamamı yerel malzemelerden oluştuğu için mevsiminde kullanmak bazen maliyetleri çok fazla düşürebilmektedir. Ancak farklı bölgelerden geldiği zaman ve özel ürünler maliyetlerimizi arttırabiliyor. Ana başlıklar halinde düşünürsek;

- Üreticiye ulaşmak ve ulaşımını sağlamak.
- Mevsiminde ürün kullanmak için ve sık sık menü değiştirmek için sorumlu şef görevleri üstlenmektedir. Ayrıca sadece restoranın ürün tedariki için bir kişi özel olarak ilgilenmektedir. Bunlar da maliyeti çok fazla arttıran etkenler arasında yer almaktadır.
- Farklı ürün bulmak ve kullanmak teknik geliştirmek için oldukça fazla denemeler yapıyoruz. Restoranımız tarafından Türkiye'de şuan sadece ürün araştırmak için 5000 kilometre kara yoluyla köylerden, kasabalardan ve yaylalardan geçilmiştir.

Menü ve fiyat yapılan servis ve kaliteye göre çok makul olarak düşünülmektedir".

K10:"Kullanılan malzemenin kalitesidir. Kaliteli malzeme ile kötü bir yemek yapmak neredeyse imkansız bir durumdur. Fakat o malzemeyi bulmak ve sürekliliğini sağlamak da kolay değildir. Evet bazen pahalı bulan müşterilerimiz oluyor fakat müşteri profili itibariyle genelde bu sorun yaşanmamaktadır".

K.11: "Pahalılık durumunun neye göre olduğu önemlidir. Bu noktada neyin tercih edildiği önemli bir durumdur. Şef mi, yemekler mi, restoran mı tercih ediliyor? Kendimi iyi hissettiğim bir restoran mı tercih ediyorum? Yoksa normal bir restoranda, ucuz bir yemeğe mi gidiyorum? Pahalı bulunmuyor, sezon yemekleri yapan bir şefim. Bir şef kendi kafasına göre fiyatlandırma yapamaz. Öncelikle ürünlerin fiyat aralığına bakılmalıdır. Örneğin menüde yaptığım bir salatanın öncelikle sağlıklı olmasına dikkat ediyorum, temiz olmasına, malzemelerin nasıl kullanıldığına dikkat ediyorum. Bunların hepsi bütünleştikten sonra bir fiyat aralığı çıkarıyorum. Pazarları gezip, hangi ürünler var inceliyorum. Sezonluk ürünleri tercih edip kontrollü şekilde kullanıyorum. Çünkü restorana gelecek kişi mutlu olmalı, keyifle yemek yemelidir. Menüde yok denilmiyor, müşterinin tercihinin göre hareket ediliyor, en iyi şekilde hizmet sunulmaktadır".

K.12:"Bu zamana kadar hiçbir müşteriden pahalı kelimesini duymadım. Çünkü fiyat performansına göre verdiğimiz yemek çok üst düzey yemeklerdir".

K.13:"Pahalı bulunmuyor. Diğer fine dining restoranlara göre bizim menümüz daha ucuz diyebilirim. Fiyatlandırmaya etki eden en büyük etken malzemenin nerden geldiği, nasıl yetiştirildiğidir. Kendi bahçemiz var ürünlerimizi oradan temin etmekteyiz. Zeytinyağı Hatay'dan, Tahin Hatay'dan gelmektedir. Olabildiğince lokal ürünleri tercih etmekteyiz".

K.14:"Bu konuya iki kadrajdan bakılmalıdır. İlki maliyet diğeri ise piyasa, rekabettir. Maliyete baktığımızda biz ortalama ürünü sattığımızda ne kadara mal olduğunun bir mühendisliği vardır. Diğeri ise menü fiyatlandırması yapılırken rekabet nerelerde, şehirde bulunan diğer benzer restoranların fiyatları ne kadar buna bakılmaktadır. Fiyatlar ne kadardan önce restorana ne kadar harcanıyor sorusu önemlidir. Çünkü bazen total harcama değişmektedir. Mutlaka fiyatları pahalı bulanlar da vardır. Şöyle bir örnek vereyim 1.5 liralık bir simidin çok pahalı olduğu ile ilgili bazen tartışma yaşanırken, yeri geldiğinde güzel bir yemeğe 100 Euro vermişizdir. Çünkü zevk alıyordur, lezzetlidir. Temelde pahalı ucuz neye

göre değiştiği önemlidir. Müşteri istediğini alır beklentisi karşılanırsa pahalı bulunmaz. Müşteri istediğini yer, parasını öder ve karşılığını bekler. Dünya ile kıyasladığımızda en pahalı menü 100 Euro, yurt dışında başlangıç fiyatı 100 Euro. Piyasaya göre fiyat değişmektedir".

K.15:"Menü fiyatlandırması bambaşka bir boyuttur".

K.16: "*Menüde fiyatlandırmayı en çok etkileyen faktör maliyettir. Öncelikle ürün maliyeti ve sonrasında enerji, personel vb. birçok gider diyebiliriz. Menü satış fiyatını etkileyen diğer faktörler ise birinci sınıf ürün kullanmamız ve misafir profiline kaliteli olması doğrultusunda menü pahalı şikayeti almıyoruz. Fakat satış rakamlarımız ortalamanın üzerinde bulunmaktadır".*

K.17:"*Aslında tüm fine dining restoranlar gibi maliyet çarpı üçşeklinde fiyatlandırma yapılmaktadır. Tedarik ettiğimiz ürünlerin fiyatlarına göre değişim yaşanmaktadır. Her zaman cost dengesi vardır bunu da şöyle açıklayabiliriz. Bir salata yaparsınız ucuz tedarik edersiniz ama o kadar lezzetli olur ki başlangıçlardaki diğer yemeklerin fiyatlarına göre fiyatlandırırsınız. Fiyatları normal bulan kişiler olduğu gibi pahalı bulan da mevcuttur".*Katılımcıların fine dining restoranlarda menü fiyatlandırmasına etki eden faktörlere ve menünün pahalılık durumuna ilişkin verdikleri cevaplara yönelik bulgular aşağdaki Çizelge 3.6'da sunulmaktadır.

Çizelge 3.6'ya göre katılımcıların %76,5'inin görüşü sonucunda fine dining restoranlarda menü fiyatlandırmasına en fazla ürün maliyetinin etki ettiği belirlenmiştir. Katılımcıların %53'ü menü fiyatlandırmasına ürün kalitesinin etki ettiğini vurgulamıştır. Katılımcıların %41,2'si müşteri tipinin menü fiyatlandırmasına etki ettiğini belirtmiştir. Araştırmada elde edilen bulgular doğrultusunda genellikle menülerde yer alan yemeklerin fiyatlandırılması yapılırken dikkat edilen temel unsurların ürün maliyeti ve ürün kalitesi olduğu belirlenmiştir. K5 kodlu katılımcı Türkiye'de kullanılacak malzemelerin fiyatlarındaki ani değişimlerin olmasından dolayı daha çok malzeme fiyatı odaklı menü fiyatlandırmasının yapıldığını belirtmiştir. K9 kodlu katılımcı ise restoranlarda yer alan menünün tamamının yerel ürünlerden olduğu zaman ürünleri mevsiminde kullanarak bazen maliyetin çok fazla düşebildiğini ifade etmiştir. Fakat kullanılan ürünlerin farklı bölgelerden gelmesi ve maliyetli özel ürünler olması da yemeğin fiyatını yükselteceğini vurgulamıştır. Menüde yer alan yemeklerin pahalılığı konusundaki soruya ise

katılımcıların çoğu, müşterilerinin çoğunun fiyatları pahalı bulmadıklarını belirtmişlerdir. Bunu müşteri profilinin ve verilen hizmetin kalitesinin etkilediğini ifade etmişlerdir.

Çizelge 3.6: Fine Dining Restoranlarda Menü Fiyatlandırmasına Etki Eden Faktörler ve Menü'nün Pahalılık Durumuna İlişkin Bulgular

Kod	Ürün Maliyeti	Ürün Tederiği	Ambiyans	Ürün Kalitesi	Piyasa Rekabeti	Yerel Ürünler	Servis Kalitesi	Mevsimsel Ürün	Müşteri Tipi	Üreticiler	Personel Gideri
K1	x	-	x	-	-	-	-	-	-	-	x
K2	x	x	-	x	-	x	-	-	x	x	-
K3	x	-	-	x	-	-	-	-	-	-	-
K4	-	-	-	x	-	-	-	x	-	-	-
K5	x	-	-	x	x	-	-	-	x	-	-
K6	-	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-
K7	-	-	-	x	-	-	-	-	x	x	-
K8	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
K9	x	x	-	-	-	x	x	x	x	x	-
K10	x	-	-	x	-	-	-	-	x	-	-
K11	x	-	-	-	-	-	-	x	-	-	-
K12	-	-	-	x	-	-	-	-	-	-	-
K13	x	-	-	x	-	-	-	x	-	-	-
K14	x	-	-	x	x	-	-	-	-	-	x
K15	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
K16	x	-	-	-	-	-	-	-	x	-	x
K17	x	x	-	-	-	-	-	-	x	-	-
Frekans	f	13	4	1	9	2	2	1	4	7	3
Yüzde	%	76,5	23,6	5,9	53	11,8	11,8	5,9	23,6	41,2	17,7

Menüde hangi mutfakları ağırlıklı olarak tercih ediyorsunuz? sorusuna ilişkin katılımcıların cevaplarına aşağıda yer verilmiştir.

K.1: "Menüde tamamen Anadolu Mutfağını tercih ediyoruz".

K.2: "Akdeniz ve Türk mutfağı ağırlıklı olarak tercih edilmektedir".

K.3: "Biz sadece İtalyan mutfağı olarak faaliyet göstermekteyiz".

K.4: "Avrupa mutfağı daha ağırlıklı olarak tercih edilmektedir".

K.5: "Genel olarak Türk mutfağına yönelmeyi tercih etmek istesek de müşteri kitlemiz doğrultusunda Akdeniz ve Uzakdoğu esintilerini taşımak zorundayız. Bu durum ayrıca yemek fiyatlandırmasında algıda çok faydalı olmaktadır. Örneğin kimse bir adet içli köfteye 60 Türk lirası vermez. Ama biraz füzyon ve deniz mahsüllü, aioliler, köpükler ve jeller ile fiyat gayet normal algılanmaktadır".

K.6:"Ağırlıklı olarak İtalyan mutfağı soslarımız, Fransız, Türk mutfağından yemekler de mevcuttur".

K.7:"Menümüzdeki mutfak tercihimiz yemek kültürümüz ile aynı orandadır. Türkiye'nin bulunduğu coğrafya, öncesi ve sonrası olarak birçok mutfaktan etkilendiği için biz de bunları değerlendiriyoruz. Her mutfaktan malzemeleri koymasak da denemeyi seviyoruz. Dünya'daki her tekniğe açığız fakat malzeme olarak çoğunlukla mevsimsel yerli ürün denememiz gerekiyor. Fakat restoranımızın konsepti, şeflerimizin de aldıkları eğitimler doğrultusunda teknik olarak Fransız mutfağına daha bağlıyız".

K.8:"Biz bir asırdır aynı yemeklere, Türk ve Osmanlı mutfağına ağırlık veriyoruz. Modern mutfak konseptinden olabildiğince uzak duruyoruz".

K.9:"Menüde şu an kullanılan bütün ürünler yerli ürünlerden oluşmaktadır. Yeni teknikler bazen Uzakdoğu bazen Avrupa veya Türk yemek tekniklerini kullanıyoruz. Elimizdeki ürünü nasıl çok iyi işleyebiliriz açıkçası bunu düşünüyoruz. Dünyadaki bütün mutfakları gözden geçiriyoruz diyebiliriz".

K.10:"Menüyü tamamen yeni Anadolu mutfağı konsepti oluşturuyor. Mevsimlik olarak ürünler değiştiği için menü de ona göre şekillenmektedir".

K.11:"Menüde teknik olarak Fransız tekniği uyguluyor. Kaliforniya'dan esintiler var. Her şeyin taze olmasına dikkat ediliyor. Örneğin zeytinyağı Ayvalık ve Çanakkale'den gelmektedir. Küçük üreticiye her zaman destek vermekteyiz".

K.12:"Modernleştirilmiş Türk mutfağı. Uluslararası teknikleri uyarlayabiliyoruz. Genellikle Türk mutfağını geliştirmek üzerine çalışıyoruz. Ege otlarını çok kullanıyoruz. Eskiden aldığımız şeyleri günümüze uyarlamaya çalışıyoruz".

K.13:"Genellikle yeni yerel tercih edilmektedir. Daha çok anne mutfağı kültürü hakimdir. Geçmişte yapılan yemekler üzerinden gidiliyor".

K.14:"Tek bir mutfak hakim, yeni Anadolu mutfağı. Temelinde Anadolu, Türk diyemeyiz. Daha çok coğrafi sınırlardan ziyade kültürel bakıp, Anadolu'nun yemeğini yapıyoruz".

K.15: "Mutfağımızda Fransız tekniklerini kullanarak bazen geleneksel bazen modern tarzda tabaklar çıkartıyoruz. Bu da net bir mutfak rolünü üstlendiğimizi göstermiyor. Fakat genel bir yorum yapacak olursak Fransız tekniğiyle tüm dünyada uygulanan farklı teknikleri ve ürünleri harmanlıyoruz. Bir tabakta pil pil sos görünken (balık sosu) bir tabakta etli künefeyi görebiliyoruz".

K.16: "Sırasıyla Uzak doğu, Akdeniz, Fransız, Güney Amerika ve Türk mutfağına ait bir takım yöresel detaylarda mevcuttur".

K.17: "Daha çok Türk mutfağı fakat burada da dünyada kullanılan tekniklere yer veriyoruz.İtalyan mutfağından risotto da tortellini de bulunmaktadır. Bir Fransız mutfağı yemeğinin bizim mutfağımıza devşirilmesine de yer vermekteyiz".Katılımcıların fine dining restoranlarda ağırlıklı olarak tercih ettikleri mutfaklara ilişkin verdikleri cevaplara yönelik bulgular aşağıdaki Çizelge 3.7'de sunulmuştur.

Çizelge 3.7: Katılımcıların Menüde Ağırlıklı Olarak Tercih Ettikleri Mutfaklara İlişkin Bulgular

Kod	Türk /Anadolu Mutfağı	Akdeniz Mutfağı	İtalyan Mutfağı	Fransız Mutfağı	Uzakdoğu Mutfağı	Modern Mutfak	Avrupa Mutfağı	Yerli Ürün Kullanımı	Uluslararası Mutfak Teknikleri	Geçmişte Yapılan Yemekler	
K1	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
K2	x	x	-	-	-	-	-	-	-	-	
K3	-	-	x	-	-	-	-	-	-	-	
K4	-	-	-	-	-	-	x	-	-	-	
K5	-	x	-	-	x	-	-	-	-	-	
K6	x	-	x	x	-	-	-	-	-	-	
K7	-	-	-	x	-	-	-	x	-	-	
K8	x	-	-	-	-	x	-	-	-	-	
K9	x	-	-	-	x	-	x	x	-	-	
K10	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
K11	-	-	-	x	-	-	-	x	-	-	
K12	x	-	-	-	-	-	-	-	x	-	
K13	-	-	-	-	-	-	-	x	-	x	
K14	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
K15	x	-	-	-	-	-	x	-	x	-	
K16	x	x	-	x	x	-	-	-	-	-	
K17	x	-	x	x	-	-	-	-	x	-	
Frekans	f	11	3	3	5	3	1	3	4	3	1
Yüzde	%	64,8	17,7	17,7	29,5	17,7	5,9	17,7	23,6	17,7	5,9

Çizelge 3.7'ye göre fine dining restoranlarda en fazla Türk/ Anadolu mutfağına (%64,8) yer verilmektedir. Ayrıca Fransız mutfağı (%29,5), İtalyan mutfağı (%17,7), Uzakdoğu mutfağı (%17,7) ve Akdeniz mutfağı (%17,7) da tercih edilmektedir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda fine dining restoranların mutfaklarında Fransa, İtalya başta olmak üzere diğer dünya mutfaklarının pişirme yöntemleri, sunum şekilleri ve gıda ürünlerinden de yararlandığı saptanmıştır. K3 kodlu katılımcı sadece İtalyan mutfağı şeklinde çalıştıklarını belirtmiştir. Diğer katılımcıların çoğu Türk mutfak kültürüne ağırlık verdiklerine dikkat çekmişlerdir. Menülerde Anadolu ve Türk mutfağı konseptini yansıttıklarını vurgulamıştır. K8 kodlu katılımcı ise yıllardır Türk mutfağına ağırlık vererek, menülerinde modern dünya mutfağı konseptinden uzak durduklarını ifade etmiştir. K3 ve K8 dışındaki diğer katılımcılar menülerinde Avrupa mutfağındaki tekniklerden yararlandıklarını ifade etmiştir.

Menüde Türk mutfağına yer veriyor musunuz? Menüde Türkiye'de hangi yöre mutfağının etkisi daha fazladır? sorusuna ilişkin katılımcıların cevaplarına aşağıda yer verilmiştir.

K.1: *"Türk mutfağı olarak bakmıyoruz, Anadolu şeklinde hitap ediyoruz. Çünkü tamamen kültürlerin getirdiği bir mutfak barındırıyoruz. Örneğin Boşnakların, Lazların, Çerkeslerin, Süryanilerin vb. toplumların bu topraklarda olması ve kültürünün kaynaşması Anadolu'ya zengin bir mutfak birikimi bırakıyor. Türk mutfağından yemekler de ekliyoruz. Bölge olarak Güneydoğu Anadolu ilgimizi çekmiştir".*

K.2: *"Türk mutfağının modernize edilmiş haline menüde sıklıkla yer veriyoruz. Türkiye'nin bütün coğrafi bölgelerinden ufak da olsa bir ürünü menümüze koymaya çalışıyoruz. Antalya'nın piyazı (restoranımızın yorumu ile), Eskişehir'in kuşkonmazı, Taşköprü (Kastamonu) sarımsağı, İspir (Erzurum) fasulyesi gibi".*

K.3: *"Yerli ürün alıp işliyoruz fakat restoranımızda Türk mutfağına ait yemek yer almamaktadır".*

K.4: *"Elbette yer veriyorum. Anadolu mutfağı ağırlıklı olarak diğer mutfaklarla birlikte modernize edilerek menü oluşturulmaktadır".*

K.5: *"Evet menümüzde Türk mutfağına yer veriyoruz. Menümüzde ana tema Türk mutfağı üzerine kuruludur. Bizim menümüzde bütün yörelerden ürünleri*

birleştirmeye çalışıyoruz. Kış aylarında Karadeniz ve Doğu bölgesine yönelip, yaz aylarında ise daha çok Akdeniz ve Ege tarafına yöneliyoruz".

K.6: "Başlangıçlarda Ege mutfağı baskın halde salatalar ve zeytinyağlılar şeklinde Türk mutfağına yer veriyoruz".

K.7:"Menümüzü oluşturan ana öğelerin başında Türk mutfağı gelmektedir. Her yöreye özgü teknikleri ve malzemeleri kullanıyoruz. Bunlar mevsimine göre de değişmektedir. Çoğunlukla rafine Ege mutfağını daha çok seviyoruz".

K.8:"Türk mutfağını temsil ediyoruz. Kendimize özgü yemeklerimiz var onları devam ettirmeye çalışıyoruz".

K.9:"Türk mutfağı şeklinde hitap edilmesinin her şeyi daraltacağını düşünmüşümdür. Türkiye'de bütün yemek oluşumlarında farklı bölgelerden Ermeni, Rum vb. çok sayıda değerler mevcuttur".

K.10:"Türkiye'nin coğrafik sınırları içinde olmayan hiçbir ürün menüde bulunmuyor. Baskın bir yöresel etkiden söz etmek yanlış olur açıkçası. Kars'ın peynirini de İzmir'in cibesini de menüde yer veriyoruz".

K.11:"Evet. Örneğin menümüzde gerdan var eti Balıkesir'den geliyor. Kuzu incik var altına siyez bulguru kullanıyoruz, Kastamonu'dan geliyor. Fıstığımız Gaziantep'ten geliyor. Salça Çanakkale'den geliyor. Enginarlar Ayvalık'tan geliyor, deniz börülceleri Ege'den geliyor. Bir yöre değil her bölgeden bir parça bulunuyor".

K.12:"Evet. Menümüzde yer alan kuzu tandır, fellah köftenin etleri Doğu'dan geliyor. Ördek konfi yemeğinin ördekleri özel yetiştirilen çiftliklerden geliyor. Zeytinyağı Balıkesir'den getiriliyor. Otları esnaf kazansın diye pazarcılardan tedarik ediyoruz. Ekip arkadaşlarımız pazara çıkıyor".

K.13:"Evet. Özellikle bir yöre belirtmeyiz. Her bölgeden dokunuşlar söz konusu diyebiliriz".

K.14:"Evet veriyoruz. Anadolu mutfağı şeklinde yer veriyoruz. Fakat Trakya, Ege mutfağı şeklinde ayırmıyoruz. Kültürel sınırın ötesine geçiyoruz. Coğrafi sınırlılığı aşip etnik ve kültürel köklere dayanan o bölgedeki yemekleri araştıran, bilen, yapan bir mutfağız".

K.15:"Tabi ki menüde Türk mutfağı ile ilgili ürünlerimiz ya da soslarımız bulunuyor ancak bir tabakta direkt Türk mutfağını yansıtırız diyemeyiz. Diğer soruda da

belirttiğim gibi farklı mutfaklar harmanlayarak yeni bir tarz ortaya koyuyoruz. Türkiye'de Ege bölgesinin yeşilliklerinden, İç Anadolu bölgesindeki peynir çeşitliliğine kadar farklı lezzetleri birleştirmeye çalışıyoruz".

K.16: "Çok fazla olmasa da enginar kalbi Ege mutfağına uygun, kuzuda kullandığım kuru fasulye, Bao Bun için kullandığım eti çöp şiş olarak servis etmem gibi birkaç detay mevcuttur. Taze tel kadayıfı modern şekilde uyarlayıp fıstıklı krema ile servis etmek gibi farklılıklar bazı dönemlerde uygulamaktayım".

K.17: "Tam olarak şu yöre şeklinde diyemeyiz. Hatay'dan da bir şey bulabilirsiniz, Gaziantep'den de Bolu'dan da bulabilirsiniz. Yeni bir ürün ile tanıştığımızda bunu nasıl uyarlayabiliriz diye düşünüp menümüzde yer veriyoruz". Katılımcıların menüde Türk mutfağına ve yöre mutfaklarına yer vermelerine ilişkin verdikleri cevaplara yönelik bulgular aşağıdaki Çizelge 3.8'de sunulmuştur.

Çizelge 3.8: Katılımcıların Fine Dining Restoranlarda Türk Mutfağına ve Yöre Mutfaklarına Yer Vermelerine İlişkin Bulgular

Kod	Güneydoğu Anadolu	Karadeniz	Ege	Doğu Anadolu	Akdeniz	İç Anadolu	Trakya	Marmara	Farklı Coğrafi Bölgeler	Anadolu Mutfağı
K1	x	-	-	-	-	-	-	-	-	x
K2	-	x	-	x	x	x	-	-	x	-
K3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
K4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	x
K5	-	x	x	x	x	-	-	-	-	-
K6	-	-	x	-	-	-	-	-	x	-
K7	-	-	x	-	-	-	-	-	-	-
K8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
K9	-	-	-	-	-	-	-	-	x	-
K10	-	-	x	x	-	-	-	-	x	-
K11	x	x	x	-	-	-	x	x	-	-
K12	x	-	-	x	-	-	-	x	-	x
K13	-	-	-	-	-	-	x	-	-	-
K14	-	-	x	-	-	-	x	-	-	x
K15	-	-	x	-	-	x	-	-	-	-
K16	-	-	x	-	-	-	-	-	-	-
K17	x	x	-	-	x	-	-	-	-	-
Frekans	f	4	4	8	4	3	2	3	2	4
Yüzde	%	23,6	23,6	47,1	23,6	17,7	11,8	17,7	11,8	23,6

Çizelge 3.8'e göre fine dining restoranlarda en fazla Ege mutfak kültürüne yer verilmektedir. Ayrıca Karadeniz (%23,6), Doğu Anadolu (%23,6), Güneydoğu Anadolu (%23,6), Trakya (%17,7), Akdeniz (%17,7), Marmara (%11,8) ve İç Anadolu (%11,8) mutfaklarına da yer verilmektedir. Araştırma sonucu elde edilen bulgular doğrultusunda katılımcıların çoğu tarafından Türkiye'de yer alan fine dining konseptli restoranlarda Türk ve Anadolu mutfağına özellikler yer verildiği belirlenmiştir. Ayrıca katılımcılar yurt dışından gelen müşterilerin bu restoranlarda Türk mutfak kültürünü yansıtan yemekleri özel sunumlarla tatmaları sonucunda Türk mutfak kültürünün sadece kebab ve dönerden ibaret olmadığını gözlemleyebileceklerini belirtmişlerdir. K1 ve K4 kodlu katılımcılar Türk mutfağı olarak değil Anadolu mutfağı tabiriyle menülerinde yer verdiklerini belirtmişlerdir. K3 kodlu katılımcı yerli ürün alıp işlediklerini fakat Türk mutfağına ait yemeklerinin menülerinde yer almadığını ifade etmiştir. Diğer katılımcılar ise genellikle menülerinde Türk mutfağına yer verdiklerini vurgulamışlardır. K10, K11 ve K12 kodlu katılımcılar özellikle Türk mutfağını modernize ederek restoranlarında yer verdiklerini belirtmişlerdir. K11 ve K15 kodlu katılımcılar Ege bölgesinin ürünlerini sıklıkla kullandıklarını vurgulamışlardır.

Türk mutfağının tanıtımı ile ilgili neler yapılmalıdır? sorusuna ilişkin katılımcıların cevaplarına aşağıda yer verilmiştir.

K.1:"Türk mutfağının tanıtımı ile daha çok global bir çalışma ile gidilmesi, dünyaca ünlü şefler, bloggerlar vb. kişilerin ağırlanması, onlara bölge bölge gösterilmesi, yemeklerin hikayesinin anlatılıp onlarda daha kalıcı olarak bir iz bırakmak gerekmektedir. Sosyal medyadan sadece kebab ve baklava olarak görülen ve görülmeye devam eden bir mutfağı en kısa sürede bunlardan arındırıp daha fazla işe koyulmak gerektiğine inanıyorum".

K.2:"Bu üzerinde uzun yıllardır konuşulan bir konu ama maalesef ki net olarak bir sonuca bağlanmamıştır. En temelinde bizim kendi mutfağımızın değerini bilmemiz ve mutfağımızı tarihi gelişimi çerçevesinde öğrenmemiz gerekiyor. En büyük eksikliğimiz kendi mutfağımızın tarihçesini çok iyi bilmediğimiz için ne yazık ki mutfağımızı anlatma noktasında yetersiz kalıyoruz. Kökleri sağlam ve ürünü bol olan bir mutfağımız var ana bilinen birkaç lezzetten daha fazlasına ihtiyacımız vardır. Bunun dışında yerellik konusunun son yıllarda gündemde olması çok sevindirici bir durum. Öze dönüş için harika bir yol olarak görüyorum".

K.3:"Türk mutfağının tanıtımı için yaratıcı şefler yetiştirilmelidir. Özgüveni yüksek, yabancı dil bilen, sunum ve tadım konusunda tecrübeli şefler bu işi üstlenmelidir".

K.4:"Ben Türk mutfağının gerçekten iyi tanıtıldığını düşünenlerden biriyim. Birçok yabancı arkadaşımınla çalışırken de onların mutfağımızdaki lezzetleri tadarken ne kadar zevk aldıklarını görmüşümdür. Çağ değişiyor ve çağ değişirken kültürümüzü kaybetmeyip onu günümüze uyarlayarak daha iyi tanıtım yapılabileceğini düşünüyorum".

K.5:"Türkiye'de Türk mutfağı il ilgili tanıtım yapmak aşırı saçma geliyor. Türk mutfağının en büyük eksikliklerinden birinin de bu olduğunu düşünüyorum. Yurt dışında merkez konumlarda fine dining Türk mutfağı veya yöresel Türk mutfakları açılması daha etkili bir sonuç verecektir. Türkiye'de şu an hali hazırda herkes kendi evinde Türk mutfağından yemekler yapmaktadır. Ama insanların yeni olan ürünleri deneyimleme konusuna yönelik Avrupa'nın ve Amerika'nın önemli konumlarına Türk mutfaklarının gelmesi daha mantıklı bir adım olacağını düşünüyorum".

K.6:"Türk mutfağının tanıtımında en büyük görev yurt dışındaki restoranlarımıza düşmektedir".

K.7:"Türk mutfağının sadece kebab çeşitlerinden oluşmadığını tüm dünya ile paylaşılması gereklidir. Türk topraklarımızda yapılan yemekler bir birikim sonucu meydana gelmiştir. Mutfağa Türk mutfağı mı yoksa Anadolu mutfağı olarak mı ele alınmalı buna bakılması gerekmektedir. Demografik olarak çok zengin durumdayız. Tüm bunlar değerlendirilmeli ve kesinlikle kaynak yazılmalıdır. Türk mutfağının en büyük eksikliği doğru kaynak eksikliğidir".

K.8:"En başta yazılı, görsel basın ve sosyal medya kullanılmalı. Yemek festivalleri düzenlenmelidir. Yemekleri mutlaka yerine gidip görmeli ve tatmalıyız".

K.9:"Öncelikle Türkiye'deki çiftçilerin ve diğer tüm üreticilerin desteklenmesi gereklidir. Kendimizi sistem, kalite olarak ileriye taşımamız. Standardımızı korumamız ve değerlerimize nasıl sahip çıkabiliriz bunun büyük bir proje olarak ortaya çıkarılması gerekmektedir. Türk yemek kültürünü öne taşıyacak, dönerciler ve kebabçılar hariç daha çok lokantalar açılmalı ve dünyanın her yerinde vitrin oluşturulmalıdır. Kaliteli ürünlerle yapılmış Türk yemeklerinin menülere koyulması gereklidir".

K.10:"Yemek müşterinin önüne gittiğinde garsonlar tarafından yemeğin hikayesi, içeriğindeki ürünler, nereden geldikleri, nasıl pişirildikleri anlatılmaktadır. Şaraplar

içinde bu durum geçerlidir. Bu da insanlar da büyük bir ilgi ve merak uyandırmaktadır".

K.11:"Türk mutfağı istediği yerde bulunmamaktadır. İlk önce mantıya Ravioli demeyi bırakmalıyız. Özü ile tarihi ile güzel bir kültüre sahip bir topluma sahibiz. Türk şef olarak kendi kültürümü koruma taraftarıyım. Türkiye denince sadece kebab akla gelmemelidir. Ülkemizde çok güzel zeytinyağlarımız var, her bölgede dört dörtlük bir kültüre sahibiz. Ülkemizin her köşesinde farklı lezzetlerin doğru şeflerle harmanlanması taraftarıyım. Bu noktada yerli malını vurgulayabilirim. Örneğin yufka hiçbir toplumda bilinmiyor. Yurt dışında çalıştığım dönem kendi elimle hazırlıyordum. Kendi kültürümüze sahip çıkıp, farklı reçeteler ortaya çıkartabiliriz. Bir şefin ne kadar tecrübesi varsa o kadar üretir. Bir şef farklı diller bilip kendini geliştirerek özünden kopmadan kültürünün üzerinden ilerlemelidir".

K.12:"Türk mutfağı gelişmiş köklü bir mutfaktır. Gastronomi dünyasında başarılı ün kazanmış şeflerle beraber yurt dışında iyi bir şekilde tanıtılabilir. Türk mutfağı değişik toplumların oluşturduğu bir mutfaktır. Günümüzde Türk mutfağını yansıtan başarılı restoranlar bizi temsil eden etmektedirler. Mutfağımız ile ilgili daha fazla reklam yapılması gerekmektedir. Bu konuda değişik organizasyonlar yapılabilir".

K.13:"Türkiye'deki yerel ürünlerin tanıtılması gerekiyor. Yurt dışında Türk mutfağı döner ve kebaptan ibaret olarak görülüyor. Kendi yerel ürünlerimizle ve daha çok reklamlarla insanları teşvik edip Türk mutfağını ileriye taşıyabiliriz".

K.14:"İlk başta dünyanın genel dilini öğrenip yabancı dil konuşmamız gerekiyor. Türk mutfağını geliştirmek istiyorsak, dünyada kaç mutfak var bunu bilmemiz gerekiyor. Dünyadaki diğer restoranlar, lokantalar kendi mutfağını nasıl geliştirmiş ve tanıtmış buna bakmamız gerekiyor. Fransa'daki restoran Fransa yemeğini nasıl yapmış ve yaymış öğrenip biz de kendi mutfağımızda bunu nasıl uygulayabiliriz buna bakmamız gereklidir. Bizim sıkıntımız kapalı bir kültüre sahip olmamızdır. Dünyaya bu yüzden açılmıyoruz, yeniliklere açık olmak gereklidir. Biz restoranımız olarak yurt dışında 30 farklı ülkede fuarlara, sempozyumlara katılıp yemek yaparak tanıtımlar yapıyoruz. Örneğin Konya'daki küflü peyniri saatlerce onlarca kişiye anlatıyoruz. Bunları yaptıkça Türk mutfağını tanıtıp geliştirebiliriz".

K.15:"Çok fazla tanıtılıp olması gerektiği yerde olduğunu kesinlikle düşünmüyorum. Öncelikle kendi içimizde bir olmalıyız. Piyasa o kadar farklılık ve rekabet içerisinde ki bu Türk mutfağının değerini ve itibarını etkilemektedir. Restoranlar arasında

çalışmalar yürüterek yükseltmeye çalışmalyız. Bunun yanı sıra destek ve teşvikler de önemlidir".

K.16: "Yöresel ürünlerimize yönelmeli yerli üretime destek vermeliyiz".

K.17:"Bu noktada üniversite okuyanlara daha çok görev düşmektedir. Geçmişte günümüze teknik terimlerimizi kaybetmiş durumdayız. Bu durumu engellemek amacıyla terimleri gün yüzüne çıkararak, TDK'dan destek alarak her tekniğe bir ad bulupevrenselleştirmemiz gerektiğini düşünüyorum. Bu sayede mutfağımıza ait terimlere sahip çıkmış oluruz. Bu terimleri diğer ülkelerde de tanınır hale getirmiş oluruz". Katılımcıların Türk mutfağının tanıtımı için yapılması gerekenlere ilişkin verdikleri cevaplara yönelik bulgular aşağıdaki Çizelge 3.9'da sunulmuştur.

Çizelge 3.9: Katılımcıların Türk Mutfağının Tanıtımı İçin Yapılması Gerekenlere İlişkin Bulgular

Kod	Ünlü Şefler	Sosyal Medya	Bloggerlar	Yemeklerin Hikayesi	Mutfağın Tarihiçesi	Yerellik	Reklam ve Tanıtım	Yurt dışı nda Türk Mutfağının Temsili	Yerli Üreticinin Desteklenmesi	Şefin Tecrübesi	Yabancı Dil	Yeniliklere Açık Olmak
K1	x	x	-	-	-	-	x	-	-	-	-	-
K2	-	-	x	x	-	-	-	-	x	-	-	-
K3	-	-	-	-	x	x	-	-	-	-	-	-
K4	-	-	-	-	-	-	x	x	-	-	-	-
K5	-	-	-	x	-	-	-	-	x	-	x	-
K6	-	-	-	-	-	-	-	x	-	-	-	-
K7	x	-	-	-	-	-	x	-	x	-	-	-
K8	x	-	-	-	-	-	x	-	-	-	-	-
K9	-	-	-	-	-	-	-	x	x	x	-	-
K10	x	-	-	-	-	-	x	-	-	-	-	-
K11	-	-	-	-	-	-	-	x	-	-	-	x
K12	-	-	-	-	-	-	-	-	x	-	x	-
K13	-	-	-	-	-	-	x	-	-	-	-	-
K14	x	-	-	-	-	x	x	x	-	x	-	x
K15	x	-	-	-	-	-	x	-	-	-	-	-
K16	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
K17	-	-	-	-	-	-	-	-	x	-	-	-
Frekans	f	6	1	1	2	1	2	8	5	6	2	2
Yüzde	%	35,3	5,9	5,9	11,8	5,9	11,8	47,1	29,5	35,3	11,8	11,8

Çizelge 3.9'a göre Türk mutfağının tanıtılması için en fazla reklam ve tanıtımın (%47,1) yapılması gerektiği vurgulanmıştır. Yerli üreticinin desteklenmesi (%35,3) de Türk mutfak kültürünün tanıtılmasına etki eden diğer önemli bir faktördür. Katılımcıların %29,5'i yurt dışında Türk mutfağının temsil edilmesi gerektiğini belirtmiştir. Bu doğrultuda elde edilen bulgular değerlendirildiğinde katılımcıların Türk mutfağını gelişmiş ve köklü bir mutfak olarak gördükleri belirlenmiştir. Bunun yanı sıra katılımcılar Türk mutfağının olması gereken yerde olmadığını belirterek bunun için gerekli çalışmaların ve düzenlemelerin yapılması konusu üzerinde durmuştur. Türk mutfağındaki yerellik ön planda tutularak yazılı, görsel basın ve sosyal medya aracılığı ile Türk mutfak kültürünün tanıtılabileceği belirlenmiştir. Ayrıca Türk mutfağının gastronomi dünyasında başarı ve ün kazanmış şeflerin desteği ile birlikte yurt dışında da tanıtılması gerektiğini ifade edilmiştir. K17 kodlu katılımcı bunlara ek olarak Aşçılık ile ilgili bölümlerde eğitim alan üniversite öğrencilerine de bu konuda çok görev düştüğünü, Türk mutfak kültüründe teknik terimlerin unutulduğunu bunu engellemek için gerekli olan şeylerin yapılması gerektiğini belirtmiştir.

Fine dining nedir? sorusuna ilişkin katılımcıların cevaplarına aşağıda yer verilmiştir.

K.1: "*Fine dining, misafirin kapıda karşılanılmasından itibaren oturulan masadaki koltuğun kalitesi, masanın özel olması, menüde kaliteli yemeklerin bulunması ve bu yemeklerin servisinin en titiz şekilde yapılması demektir*".

K.2: "*Bir restorana fine dining diyebilmemiz için birçok farklı konu göz önünde bulundurulmalıdır. Bu konular arasında sunum, lezzet, ambiyans, farklılık vb. yer almaktadır. Türkiye' de fine dining konseptinden anladığımız şey ufak şekilde porsiyonlanmış yemekler şeklindedir. Fakat bu durum yurt dışında böyle değildir. Yukarıda saydığım özelliklerin hepsinin bir araya gelmesi ile fine dining restoranlar oluşuyor diyebiliriz*".

K.3: "*Fine dining iyi yemek ve iyi servis hizmetinin olduğu konseptin adıdır*".

K.4: "*Müşteriyi en sade ve en şık haliyle ağırlayarak sıfır kusurla uğurlamaktır diyebiliriz*".

K.5: "*Yemek kalitesi, servis kalitesi, misafir kalitesi ve yemek sunumları ile restoran sisteminde en düzeyde bulunan restoranlara fine dining denmektedir*".

K.6:"*Fine dining servis, dekorasyon, yemek kalitesi ve sunumu anlamında üst düzey hizmet vermektir*".

K.7:"*Fine dining misafirlere mekan ve menünün uyumu ile üst düzey bir gastronomi deneyimi yaşatmaktır. Ayrıca misafirler ile sağlıklı iletişim kurularak hem lezzetli hem de kendilerine yeni fikirler kattıkları bir zaman dilimi geçirmelerini sağlamaktır*".

K.8:"*En kısa şekilde özetlemek gerekirse müşteriye modern, şık ve özel hissettirmektir*".

K.9:"*Restoranda ambiyans, karşılama, oturduğunuz masa ve sandalyeye kadar özel ağırlandığınız konsept olarak düşünebiliriz. Menü içeriği kısa olsa dahi kendi duruşu vardır ve insanlar haz almaktadırlar. Tuvalete gittiğinizde bile devam eden konfor ve adımlar fazlasıyla detay olarak düşünölmek zorundadır. İşletme sahibi restorandaki müzik ve ses yalıtımına kadar özen gösterilmelidir*".

K.10:"*Servisi, ortamı, dekorasyonu ambiyansı ve yemekleriyle en üst düzey standartlarda hizmet veren restoranlardır*".

K.11:"*Güzel kalitede olan restoran diyebiliriz. Bir restoran mutfağı, tasarımı ve atmosferi ile hem de menüsü ve çalışanları ile bir fine dining demektir*".

K.12:"*Ülkeden ülkeye değişmektedir. Ülkemiz için manzara ve görünüm daha ön plana çıkmaktadır*".

K.13:"*Sadece yemek odaklı değil beş duyu organımıza hitap eden bir yemek şeklidir. Sadece karın doyurmak değil bundan zevk almak amaçlanmaktadır*".

K.14:"*Kelime anlamı iyi yemek demektir. Aslında fine dining rahat girebildiğiniz restoran da olabilmektedir. Temelde aldığınız hizmet, gördüğün servis, yediğiniz yemek iyi olmalıdır. Fine dining milyonlar harcadığınız lüks lokanta olmak zorunda değildir*".

K.15:"*Temelinde müşterilere özel hissettirmek, yüksek kalitede hizmet sunmak ve lezzetiyle insanları etkilemek için oluşturulan bir düzen diyebiliriz*".

K.16: "*Bence finedining sadece yemek ile sınıflandırılmamalıdır. Bu konsept için kaliteden ödün vermemek, kaliteli ekipman, yemek ve içecekler konusunda iyi sunumlar hazırlamak ve iyi lezzet diyebilirim*".

K.17:"İyi yemek demektir. Her ülkenin kültürüne göre değişmekte olan, misafirlerini özel hissettiren herkesin bildiği tatları farklı teknikler ile yorumlayan bir konsept diyebiliriz".Katılımcıların fine dining kavramı tanımlamalarına ilişkin verdikleri cevaplara yönelik bulgular aşağıdaki Çizelge 3.10'da sunulmuştur.

Çizelge 3.10:Fine Dining Kavramının Tanımlanmasına İlişkin Bulgular

Kod	Kaliteli Yemek	Sunum Kalitesi	Dekorasyon	Ambiyans	Lezzet	Şıklık	Modern	Konfor	Zevk Almak	Kaliteli Personel	Kaliteli Ekipman	Kaliteli Servis	Özel Hissetmek	
K1	x	-	x	-	-	-	x	-	-	-	-	x	x	
K2	-	-	-	x	x	-	-	-	x	-	-	x	-	
K3	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	x	-	
K4	-	-	-	-	-	x	-	-	-	-	-	x	-	
K5	x	x	-	-	-	-	-	-	-	-	x	-	-	
K6	x	x	x	-	-	-	-	-	-	-	-	x	-	
K7	-	-	x	-	x	-	-	-	x	-	-	-	-	
K8	-	-	-	x	-	x	x	x	-	-	-	-	x	
K9	-	-	-	-	-	-	-	x	x	-	-	-	x	
K10	x	-	x	x	-	-	-	-	-	-	-	x	-	
K11	-	-	x	x	-	-	-	-	-	x	-	x	-	
K12	-	-	x	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
K13	-	-	-	-	-	-	-	-	x	-	-	-	-	
K14	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	x	-	
K15	x	x	-	-	x	-	-	-	-	-	-	-	x	
K16	x	x	-	-	x	-	-	-	-	-	x	-	-	
K17	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	x	
Frekans	f	9	4	6	5	4	2	2	2	4	1	2	8	5
Yüzde	%	53	23,6	35,3	29,5	23,6	11,8	11,8	11,8	23,6	5,9	11,8	47,1	29,5

Çizelge 3.10'a göre katılımcılar fine dining kavramını genellikle kaliteli servis (%47,1) şeklinde tanımlamıştır. Fine dining kavramının tanımlanması sırasında dekorasyon (%35,3), ambiyans (%29,5), lezzet (23,6) ve sunum kalitesinden (%23,6) bahsedilmiştir. Buna göre araştırma sonucu elde edilen bulgular doğrultusunda katılımcılar genellikle fine dining kavramını kaliteli yemek, kaliteli servis şeklinde en kısa ifade ile tanımlamıştır. Bulgular sonucunda fine dining kavramının ilişkili olduğu unsurların bulunduğu saptanmıştır. Buna göre restorandan içeri giriş yapıldığı andan itibaren müşterinin karşısına çıkanın mekanın ambiyansı, restoranın dekorasyonu, servisin kalitesi gibi unsurlar fine dining kavramı ile ilişkili

bulunmuştur. Katılımcılar fine dining restoranlarda sadece yemeğin ön planda olmadığını, müşterilerin öncelikle doymak için değil zevk almak ve vakit geçirmek için bu restoranları tercih ettiklerini vurgulamıştır.

Fine dining şefin yaratıcılığına katkı sağlayan bir konsept midir? sorusuna ilişkin katılımcıların cevaplarına aşağıda yer verilmiştir.

K.1:"Kesinlikle konsepttir. Konsept şef için bir haritadır. Ona göre plan ve projesini yapar. Haftalık veya aylık menü değişkenliğini seçer. Konseptine göre yaratıcı fikirler ile misafirin karşısına çıkar. Bu bağlamda yaratıcı yemekler yaparak kendini diğerlerinden farklı olarak bir adım öne taşımış olur".

K.2:"Kesinlikle evet. Klasik yeme ve içme daha doğrusu yemek yapma anlayışına farklı bir boyut kazandırır".

K.3:"Burada şef hazırladığı yemeklerle fine dining standardını belirler. Kötü bir şefiniz var ise fine dining restoran olamazsınız. Çok iyi yemek yaparsanız bile kötü bir sunum her şeyi yok edecektir".

K.4:"Kesinlikle öyle ama fine dining denilen bir konsept olmasa da bir şef her zaman yaratıcı olmalıdır".

K.5:"Evet deneyimleme ve yemek kalitesi üst düzeyde olduğu içi hazırlanan bütün ürünler kusursuz olmak zorundadır. Ayrıca restoranın tarzına göre menü değişimleri yapmak çalışan bütün herkesi yaratıcılık ve araştırmaya sürüklemektedir. Fine dining restoranların mutfaklarında ekip arasında görülmeyen hep bir savaş vardır. Kim daha yaratıcı ve ses getirecek bir yemek yapmasına odaklı bir yarışır".

K.6:"Evet. Çünkü kalite ve sunum anlamında rakipleriniz ile yarış halindedesiniz. En iyi hizmeti ve tadı sunmak için daha rafine daha farklı arayışlar içinde oluyorsunuz".

K.7:"Fine dining hem şefleri zorlar hem de onlara imkansız başarımlarını sağlayabilir. Çünkü fine dining zorlu bir konsepttir. Bunu başarmak için şefler tüm hayal güçlerini ve deneyimlerini ortaya dökerse bu şefleri geliştirir".

K.8:"Yerine göre değişkenlik göstermektedir. Son dönemlerde fine dining yerine şef restoranları daha gündemde yer almaktadır".

K.9:"Şeflerin özgür olduğu bir konsepttir. Deneysel hatta kimya ile çok orantılı ve çok farklı olmalısınız. Tercih edilmek ve şefler için oldukça faydalı bir konsept olduğunu düşünüyorum".

K.10:"Aslında tartışmaya çok açık bir konudur. Fakat fine dining bir restoranın şefi iseniz sizi bir adım öteye taşıyacak yeni bir şeyler yapmalı ve üretmelisiniz. Bu bağlamda iyi bir tetikçi diye düşünüyorum".

K.11:"Şefin yaratıcılığına elbette katkısı vardır. Lüks bir restorana gitmek isteyen bir kişi öncelikle oranın güzel lezzetlerini araştırır. Örneğin bir tatlı yiyecek kişi, restorana gitmeden önce tatlıyı araştırır ve görseline kadar bakar inceler. Aslında bu tatlıyı duyurmuş kişi oranın şefidir. Şef restoranda kendini daha da geliştirerek lezzetler oluşturmaktadır".

K.12:"Evet. Çünkü direkt tabağa dokunabiliyor. Anında istenilen şekilde değiştirebilip, yönlendirebiliyor. Örneğin gün içinde bile menüde olan bir şey değişime uğrayabiliyor".

K.13:"Tabi ki vardır. Fakat daha çok şeflerin fine dininge katkısı bulunmalıdır. Fine dining konseptinin gelişmesinde şef ne kadar yaratıcı ise konsept de o kadar gelişme gösterir".

K.14: "Evet kesinlikle sağlar. Yaratıcılıktaki en büyük element şeftir. Araştırmayı seven, yemeyi bilen, etrafı ve dünyayı takip eden, rakiplerin restoranında yemek yiyip onları takip eden şefin yaratıcılığı iyi beslenir. Bu noktada fine dining şefin bunları uygulaması açısından fayda sağlayabilir".

K.15: "Kesinlikle evet. Çünkü şefin yaratıcı olması gerekiyor. Bir fine dining tabak çıkarmak için şefinin de bu işe kafa yorması ve emek vermesi gerekiyor. Bu da otomatik olarak şefin düşüncesi ve duygularından yaratıcılığına yansıyor. Böylelikle fine dining düşüncesi şefin yaratıcılığını artırmaya etken oluyor".

K.16: "Şefin vizyonu ve altyapısına bağlı olarak değişkenlik gösterir, benim için bu kavram şefi yenilikçi olamaya ve üretkenliğe iter".

K.17:"Direkt etki eden bir konsepttir. Çünkü daima güncel kalmanız ve yaptığınız işleri yenilemeniz gerekmektedir". Katılımcıların fine dining konseptinin şeflerin yaratıcılığına etkisine ilişkin verdikleri cevaplara yönelik bulgular aşağıdaki Çizelge 3.11'de sunulmuştur.

Çizelge 3.11:Fine Dining Konseptinin Şeflerin Yaratıcılığına Etkisine İlişkin Bulgular

	Kod	Farklı Fikir Üretimi	Farklı Menü Tasarımı	Özgürlük	Farklı Lezzet Üretimi	Yenilikçilik	Araştırmaya Açık Olma	Kendini Geliştirmek
Katılımcı	K1	x	x	-	x	-	-	-
	K2	-	-	-	x	x	-	-
	K3	x	-	-	-	x	-	-
	K4	-	-	-	-	-	-	x
	K5	-	x	-	x	-	x	-
	K6	x	x	-	x	-	-	-
	K7	x	-	-	-	-	-	x
	K8	-	-	-	-	-	-	-
	K9	x	-	x	-	-	-	-
	K10	x	-	-	-	-	-	x
	K11	-	-	-	x	-	-	x
	K12	-	x	x	x	-	-	-
	K13	-	-	-	-	-	-	x
	K14	x	-	-	-	-	x	x
	K15	x	-	x	x	-	-	x
	K16	-	-	-	-	x	-	-
	K17	x	-	-	-	x	-	-
Frekans	f	9	4	3	7	4	2	7
Yüzde	%	53	23,6	17,7	41,2	23,6	11,8	41,2

Çizelge 3.11'e göre fine dining konsepti şefin farklı fikirler üretmesine (%53) katkı sağlamaktadır. Bunun yanı sıra şefin farklı lezzetler üretmesine (%41,2) de etki etmektedir. Katılımcılar fine dining konseptinin şeflerin kendini geliştirmesine (%41,2) ve yenilikçi (%23,6) olmasına fayda sağlayacağını vurgulamıştır. Bu doğrultuda elde edilen bulgular doğrultusunda katılımcılar fine dining konseptinin şefin yaratıcılığına katkı sağladığı konusunda ortak görüştedirler. K1 kodlu katılımcı konseptin şef için bir harita olduğunu bu doğrultuda plan ve projesini yaptığını ve konseptte göre yaratıcı fikirlerle müşterilerin karşısına çıktığını ifade etmiştir. K7 kodlu katılımcı fine dining konseptinin şefleri hem zorladığı hem de şeflere imkansız başarımlarını sağladığını vurgulamıştır. K14 kodlu katılımcı ise araştırmayı seven, etrafını ve dünyayı takip eden şefin yaratıcılığını beslemesi konusunda fine

dining konseptinin uygulama açısından fayda sağlayabileceğini belirtmiştir. K9 kodlu katılımcı da fine dining konseptinin şefler için özgür bir konsept olduğunu ifade etmiştir. K13 kodlu katılımcı soruyu farklı bir bakış açısı ile değerlendirmiştir. Daha çok şeflerin fine dining konseptine katkıda bulunmaları gerektiğini belirterek fine dining konseptinin gelişmesini şefin yaratıcılığına bağlı olduğunu vurgulamıştır.

Türkiye'deki fine dining restoranlar konseptte uygun olarak hizmet vermekte midir? sorusuna ilişkin katılımcıların cevaplarına aşağıda yer verilmiştir.

K.1:"Evet Türkiye'de fine dining dediğimiz restoranlar konseptte uygun hizmet vermektedir. Bu restoranların sayısı ne yazık ki çok azdır".

K.2:"Çoğunluğu değildir. Çünkü birçok restoran alakart menü anlayışında çalışmaktadırlar. Henüz tam anlamıyla fine dining konseptine hazır değiliz. Ama bu işi gerçekten iyi yapan az da olsa restoran bulunmaktadır".

K.3:"Türkiye' de fine dining restoran sayısı çok az olsa da bu konuda çok iyi durumdadırlar. Türkiye'de hizmet sektörü fazlası ile iyi durumdadır".

K.4:"Bence evet. Çünkü fine dining bölgeye göre değişen bir konsepttir ve her ülkenin kendi özelini yaratmasıdır. Belki yurt dışında bulunan bir fine dining restorandan keyif almayabilirim. Ülkelere ve genlere göre değişen özel hissetme algılarımız vardır".

K.5:"Restoranlar açılış yıllarında genelde konseptte uygun hizmet vermektedir. Ama ilerleyen dönemde yemek maliyetleri, kalifiye eleman, standart ürün tedarik sıkıntısı, müşteri kitlesinin hızlı tüketimi gibi nedenler konseptten sapılmasına neden olmaktadır. İlk yıllarda olmasa da ikinci yıllarda bu durumla hep karşılaşyoruz. Bunun en büyük sebeplerinden biri fiyat ve performans olarak ülkemizde büyük bir ön yargı olmasıdır".

K.6:"Türkiye şartlarında ellerinden gelenin en iyisini yaptıklarını söyleyebilirim. Çünkü maliyetler ve kiralar çok yüksek durumda. Mutfak masraflarını en düşük seviyede tutup en yüksek hizmeti sunmak çok zor bir durumdur".

K.7:"Türkiye gastronomi sektörü olarak bence çok yeni, bu yüzden henüz fine dining konseptinin doğru bilindiğini düşünmüyorum. Bunu yapan yerler az sayıdadır. Doğru yapmaya çalışanların da tüm zorluklara rağmen ellerinden geleni yaptıklarını biliyorum. Hepsi için aynı şeyi söyleyemeyeceğim".

K.8:"*Fine dining restoranlar Türkiye'de çok fazla tutunmadı. Üç ya da dört mekan dışında uzun dönem hizmet veren mekanlar bulunmamaktadır. Bence konseptten çok ülkenin, şehrin ekonomik ve sosyal yaşam tarzları bu konuda en önemli etkidir*".

K.9:"*Bu restoranların sayısı Türkiye'de bir elin parmaklarını geçmeyecek kadar azdır. Türkiye'de dünya ile kıyasladığımızda maalesef karşılığını bulamayabiliriz*".

K.10:"*Bence Türkiye'deki fine dining restoran diyebileceğimiz restoranlar iki elin parmaklarını geçmeyecek kadar az sayıdadır. Bu restoranların fine dining tabirine uyup uymadıkları ise tartışılması gereken bir konudur*".

K.11:"*Bu konsepti uygulayan bir kısım restoranlar bulunmaktadır. Fine dining denildiğinde restorandaki müdürün dahi üst düzeyde olması gerekmektedir*".

K.12:"*Evet çalışıyorlar. Bir kalıbın içerisine koyarsak o kalıp esneyebiliyor, değişebiliyor. Bizim restoranımızda 9-10 kalemlik bir menü var. Özgün bir menü mevcut fakat istenilen şekilde değişebiliyor. Müşterilerin isteklerine göre farklı tabakları kullanabiliyoruz, farklı şekilde ilerleyebiliyoruz. Bu değişimi mevsim, iklim de etkileyebiliyor. Bir yemek devamlı tüketildiğinde dikkat çekiyor ve o yemek daha fazla tüketiliyor*".

K.13:"*Evet fine dining olarak veriyorlar. Fakat az miktarda fine dining restoran var. Güzel yapan yerler var. Bu restoranların sayısı çoğaltılarak insanların dikkati çekilebilir*".

K.14:"*Her restoranın farklı konsepti var ve o konseptte göre kurulmaktadır. Fine dining konsepti yoktur, fine dining restoranların kendi konseptleri vardır. Her restoranın personelinin kıyafeti, restoranın ışığı, tasarımı, servis şekli kendine özgüdür*".

K.15:"*Türkiye'de bu konseptte uyan maalesef çok az sayıda restoran bulunuyor. Bazılarında çalışmış birisi olarak kesinlikle uyduğunu düşünüyorum. Fakat çok daha ileri seviyelere taşıyabiliriz*".

K.16: "*Açıkçası bu konseptte hizmet vermek şu dönemde Türkiye'de gittikçe zorlaşmıştır. Birçok fine dining restaurant bu hizmeti tam anlamında verememekte fakat bunun için gayret etmektedir*".

K.17:"*Biraz daha çalışmamız gerekir. Örneğin çok özel tatlar ve tabaklar yapıyorsunuz ama misafiriniz yemeğini sipariş ettikten beş dakika sonra masasında*

görmek istiyor. Bu fine dining ve şef için kabul edilemez bir durumdur. Hem mutfağın hem de restoran personelinin de geliştirmesi gereken yerler bulunmaktadır".Katılımcıların Türkiye'de hizmet veren fine dining restoranların konseptine uygunluğuna ilişkin verdikleri cevaplara yönelik bulgular aşağıdaki Çizelge 3.12'de sunulmuştur.

Çizelge 3.12:Türkiye'de Hizmet Veren Fine Dining Restoranların Konsept Uyguluğuna İlişkin Bulgular

	Kod	Restoran Sayısının Az Olması	Özgünlük	Maliyet Sorunu	Ürün Tedarik Sorunu	Sosyal Yaşam Tarzı	Müşteri Talebi
Katılımcı	K1	x	-	-	-	-	-
	K2	x	-	-	-	-	-
	K3	x	-	-	-	-	-
	K4	-	x	-	-	x	-
	K5	-	-	x	x	-	-
	K6	-	-	x	-	-	-
	K7	x	-	-	-	-	-
	K8	x	-	-	-	x	-
	K9	x	-	-	-	-	-
	K10	x	-	-	-	-	-
	K11	x	-	-	-	-	-
	K12	-	x	-	-	-	x
	K13	x	-	-	-	-	-
	K14	-	x	-	-	-	-
	K15	x	-	-	-	-	-
	K16	x	-	-	-	-	-
	K17	-	-	-	-	-	x
Frekans	f	11	3	2	1	2	2
Yüzde	%	64,8	17,7	11,8	5,9	11,8	11,8

Çizelge 3.12'ye göre katılımcıların çoğu Türkiye'de fine dining restoranların sayısının az olduğunu (%64,8) belirtmiştir. Türkiye'de faaliyet gösteren fine dining restoranların genellikle maliyet sorunu (%11,8) ve ürün tedarik sorunu (%5,9) nedeniyle devamlılık gösteremedikleri katılımcılar tarafından vurgulanmıştır. Türkiye'deki fine dining restoranların müşterilerin talepleri (%11,8) doğrultusunda hizmet verdikleri belirtilmiştir. Bu noktada katılımcılar tarafından fine dining

restoranlara müşteri taleplerini sosyal yaşam tarzlarının da etkilediği vurgulanmıştır. Bu doğrultuda araştırma sonucunda elde edilen bilgiler doğrultusunda katılımcılar arasında yer alan K2 ve K8 kodlu katılımcılar fine dining konseptinin Türkiye’de çok fazla tutunamadığını ifade etmiştir. Diğer katılımcılar ise Türkiye’de bulunan fine dining restoranların konseptine uygun hizmet vermek için gayret ettiklerini belirterek, bu konseptine uygun hizmet veren restoran sayısının oldukça az olduğunu vurgulamışlardır. K5 ve K15 kodlu katılımcılar standart ürün tedarik sıkıntısı, yemek maliyeti, kalifiye eleman, müşteri kütesinin hızlı tüketimi gibi ortak nedenlerden dolayı konseptinin uygulanabilirliğinin zorlaştığını belirtmişlerdir.

Türk mutfak kültürünün tanıtımında fine dining restoranların katkısı nedir? sorusuna ilişkin katılımcıların cevaplarına aşağıda yer verilmiştir.

K.1:"*Şu an Türkiye'de fine dining restoranların %50'si Türk ve Anadolu mutfağı yapmaktadır. Yararlarını da konsept sorusunda açıkladım*".

K.2:"*Katkısının fazla olduğunu düşünüyorum. Çünkü fine dining restoranlar sayesinde yerellik konusu ön plana çıktı. Bu da Türk mutfağındaki Batı hayranlığını azalttı. Kendi mutfağıımızdaki ürünlerin, yemeklerin farkına vardık. Türk yemekleri fine dining restoranlar sayesinde yeniden yorumlanmaya başladı*".

K.3:"*Maalesef Türk mutfağı esnaf lokantası kültüründen öteye geçememiş durumdadır. Bu konuda çalışma yapılması gerekiyor. Hiçbir yerde kebabçılar hariç beyaz masa örtülü bir Türk mutfağı olan restoran bulunmamaktadır*".

K.4:"*Çok faydalı olduğunu düşünüyorum. Mesela tabağa modern bir sunumda her zaman göz zevki daha çok ön plana çıkmaktadır. Türk mutfağı içinde sırf görüntü için tadılmayan ama tadı eşsiz bir sürü yemeğimiz vardır*".

K.5:"*2015 yılında World 50 Best Restoran listesine bir restoranımızın girmesinden sonra Türk mutfağıının tanıtımına katkı daha çok artmıştır. İlerleyen yıllarda bu durumun daha fazla fayda sağlayacağını düşünüyorum. Ama daha önceki sorularda belirttiğim gibi Türkiye'de Türk mutfağıını pazarlamak her zaman belirli bir aşamada kalacaktır*".

K.6:"*Şu an Türkiye'de ki restoranları dikkate alırsak çok büyük bir katkı sağladığını söyleyemeyeceğim*".

K.7:"*Fine dining restoranların Türk mutfağıının tanıtımına olan yararları yadsınamaz bir gerçektir. Gelen turistler için yurt dışı olarak düşünürsek fiyatlar*

uygunluk göstermektedir. Bu yüzden onlar doğru gastronomi deneyim yaşarlarsa mutfağımıza olan bakış açıları değişebilir ve ne kadar çok ilerlemek isteyen şefler olduğunu da görebilirler".

K.8:"Türk mutfağında görev yapan ustaların usta ve çırak ilişkisiyle devam eden üstün bir el lezzetleri vardır. Lezzet Türk mutfağından, sunum ve şıklık ise fine dining mekanlardan gelmektedir".

K.9:"Türk mutfağını tam olarak yansıtamıyoruz. Daha çok ürün olarak ve tat dengesi, damak tadı olarak düşünebiliriz. Temel dayanaklarımız olmadan bu tür restoranların zarar bile verebileceğini düşünüyorum. Pide nasıl öncelikle dünyaya pazarlanamıyor ve tercih edilmiyorsa, bir pizzacı dünyanın her yerinde var. Temel olanı öne çıkarmadan, alt yapısı olmayan bir ülkede bu tür restoranların ömrü üç yıldır. Ne kadar başarı var dersek çok nadir diyebiliriz. Onlar da bu durumda devamlılığını sağlayamayacak gibi görünüyor".

K.10:"Türk mutfağına menülerinde yer veren fine dining restoranların katkısı azımsanamayacak kadar büyüktür. Bu tür restoranlara insanlar sadece karınlarını doyurmak için gelmemektedirler. Özellikle yabancı müşteriler kendi ülkelerine bu yemekleri götürmektedir. Yemeklerin fotoğraflarını çekip sosyal medyada paylaşımları bile hem işletmenin hem Türk mutfağının reklamı ve tanıtımını yapmaktadır".

K.11:"Kesinlikle var. Bu noktada görsellik de çok önem taşıyor".

K.12:"Restoranlar eski reçeteleri ön plana alıp geliştirebilirler. Damağa hitap etmek bu aşamada zor olabilir. Köklü yemekleri ön plana çıkarmamız gerekli diye düşünüyorum".

K.13:"Tabi ki vardır. Yurt dışında daha çok tanınabilirliğimize katkı sağlıyor. Ne kadar çok insana hitap edersek verimliliğimiz o kadar artmış olur. Öncelikle bu kavramı bizim insanımızın öğrenmesi gerekmektedir".

K.14: "Tabi ki özellikle bizim başlattığımız yeni Anadolu mutfak kültürü bünyesinde farklı restoranlar açılmaya başladı. Örneğin dana caparccio yerine kuru et servis eden restoranlar açılmaya başladı. Burada yerel ürünü örneklemek istedim. Temelde bu seviyede iyi restoranlar olup başka ülkelerin yemeklerini yapmak yerine bizim ülkemizin yemeklerini yapan restoranların sayısı keşke daha çok olsa. Bu şekilde İstanbul'da bu tür restoranlar dünyanın dikkatini çekmiş olur ve merak ediliriz".

K.15: "Ülkeler arasında oluşturulan en iyi listelerde yer almış Türk restoranları bu düşünceyle çalışmaktadır. Bu restoranlar bu listede yer alarak Türk mutfağının tanıtılmasına katkı sağlıyor. Bu tarz restoranlarda oluşturulan menüler insanlara Türk mutfağını tanıtıyor ve bu sayede yabancı turistler bu kültürü ve lezzetleri öğrenmiş ve deneyimlemiş oluyorlar".

K.16: "Türk mutfağında, anne evinde yediğiniz klasik bir yemeği aynı lezzetle hiç ummadığınız bir sunumla tadabilirsiniz".

K.17: "Yurtdışından gelen misafirler tercih ettiğinde aslında Türk mutfağının sadece kebab ve baklavadan ibaret olmadığını gösterebiliyor". Katılımcıların Türk mutfak kültürünün tanıtımında fine dining restoranların katkısına ilişkin verdikleri cevaplara yönelik bulgular aşağıdaki Çizelge 3.13 de sunulmuştur.

Çizelge 3.13: Katılımcıların Türk Mutfak Kültürünün Tanıtımında Fine Dining Restoranların Katkısına İlişkin Bulgular

Kod	Yerelliğin Ön Plana Çıkması	Modern Sunum	Yabancı Uyruklulu Müşterinin İlgişi	Reklam	Pazarlama	Gastronomik Deneyim	Görsellik	Eski Yemek Reçeteleri	Dikkat Çekmek	Lezzet Farkındalığı	Kebab ve Baklava	
K1	-	-	-	-	-	x	-	-	-	x	-	
K2	x	-	-	-	-	-	-	-	x	x	-	
K3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	x	x	
K4	-	x	-	-	-	-	x	-	-	x	-	
K5	-	-	x	-	x	-	-	-	-	-	-	
K6	-	-	-	-	-	-	x	-	-	-	-	
K7	-	-	x	-	-	x	-	-	-	x	-	
K8	x	-	-	-	-	x	-	-	-	x	-	
K9	-	-	-	-	x	-	-	-	x	x	-	
K10	-	-	x	x	x	x	-	-	-	-	-	
K11	-	-	-	-	-	-	x	-	-	-	-	
K12	-	-	-	-	-	-	-	x	x	x	-	
K13	-	-	x	-	-	x	-	-	x	-	-	
K14	x	-	-	-	-	-	-	-	x	x	-	
K15	-	-	x	-	-	x	-	-	x	x	-	
K16	-	-	-	-	-	-	x	x	x	x	-	
K17	-	-	x	-	-	-	-	x	-	x	x	
Frekans	f	3	1	6	1	3	6	4	3	7	12	2
Yüzde	%	17,7	5,9	35,3	5,9	17,7	35,3	23,6	17,7	41,2	70,6	11,8

Çizelge 3.13'e göre katılımcılar %35,3'ü Türkiye'deki fine dining restoranları tercih eden yabancı uyruklu müşterilerin genellikle gastronomik deneyim (%35,3) yaşamayı amaçladıklarını belirtmiştir. Bu durumun Türk mutfak kültüründe yer alan lezzetlerin farkındalığının (%70,6) artmasına neden olacağı vurgulanmıştır. Bunun yanı sıra Türk mutfak kültürünün reklam (%5,9) ve pazarlamasına (%17,7) etki edeceği belirtilmiştir. Türkiye'deki fine dining restoranlarda eski yemek reçetelerinin kullanılmasının (%17,7) Türk mutfak kültürüne ait yemekler hakkında merak uyandırdığını vurgulanmıştır. Bu noktada katılımcılar Türk mutfak kültürün kebab ve baklavadan (%11,8) ibaret olmadığını belirtmiştir. Bu doğrultuda araştırma sonucu elde edilen bulgular doğrultusunda katılımcılar arasında yer alan K6 kodlu katılımcı Türkiye'de fine dining restoranlar dikkate alındığında Türk mutfak kültürünün tanıtımına katkı sağlamayacağını belirtmiştir. K9 kodlu katılımcı da Türk mutfak kültürünün tam olarak yansıtılmadığını, temel dayanaklarımız olmadan bu tür restoranların Türk mutfak kültürüne zarar bile verebileceğini ifade etmiştir. Diğer katılımcılar ise Türk mutfak kültürünün tanıtılmasında fine dining restoranların katkısının olabileceğini vurgulamıştır. Ayrıca fine dining konsepti sayesinde yurt dışından gelen müşterilere Türk mutfak kültürünün sadece döner ve kebaptan oluşmadığının gösterilebileceği belirtilmiştir.

Türk ve diğer ülke vatandaşlarının fine dining konseptine bakış açısı nasıldır? sorusuna ilişkin katılımcıların cevaplarına aşağıda yer verilmiştir.

K.1:"Türkiye'de ne yazık ki bu bakış açısı henüz oturmuş değildir. Bu biraz zaman alacaktır. Ekonomik olarak baktığımızda yurt dışındaki misafirlerin kişi başına düşen geliri ile karşılaştırmak gereklidir. Yurt dışı misafirlerinin bakış açısında bütün restoranlara gidip lezzetini tatmak temel amaç olarak görülmektedir".

K.2:"Türk vatandaşlarının çoğunluğunun bu konseptte henüz hazır olmadığını görebiliyoruz. Ama yurt dışı seyahatlerinde bulunan, bu sektör içerisine olan, yeme ve içme olayına meraklı ve yakından takip eden insanlarda bu konseptte karşı bir merak bulunuyor. Diğer ülke vatandaşları kendi ülkelerinde bulunan fine dining restoranların çok olmasından dolayı bu konseptte biraz daha hakim durumdadır. Bunda kültürün etkisi de yadsınamaz bir durumdur. Bizler genellikle bildiğimiz yerler dışına çıkmıyoruz".

K.3:"Avrupa ülkelerinde bu durum ileri seviyededir. Avrupa'nın kendi bir iç turizmi vardır. Bu sebeple iyi olduğu noktalar bulunmaktadır. Gelişmiş ve zengin ülkelerde asırlık restoranlar hala ilk gün ki gibi çalışmaya devam etmektedir".

K.4:"Pahalı bir servis olduğu için maalesef maddi konuda toplumda daha iyi yer etmiş insanların bakış açısı daha iyi olmaktadır".

K.5:"Bizzat şahit olduğum şekilde Türkiye, İtalya, İspanya ve Almanya'da ülke ekonomisinde ki kişi başı gelir farkından dolayı ülke vatandaşlarının %90'ı küçük az yemekler ve aşırı pahalı şeklinde bir bakış açısına sahiptirler. Fine dining algısının tadım menüsü üzerine kurulduğunu düşünen çoğu şef bakış açısını tadım menüsüne odaklaması ile olaylar karmaşık bir hal almaktadır. Türk vatandaşı olarak Avrupa'da fine dining restoranlarda yemek yeme durumu daha da pahalı hale getirmektedir".

K.6:"Dünyada fine dining çok yaygın durumdadır. Avrupa'da veya Amerika'nın büyük şehirlerinde Michelin yıldızlı restoranları harita üzerinde gözlemlerseniz ne kadar yaygın olduğunu görürsünüz. Burada sosyo ekonomik faktörlerin etkisi büyüktür. İnsanlar güzel yemek yiyip iyi vakit geçirmek istiyor. Türkiye'de ise bu durum lüks olarak görülmektedir".

K.7:"Türkler için yemek halen büyük porsiyonlar ve iştah ile doğru orantılıdır. Gastronomik deneyimlere bakacak olursak hem ülkenin demografik yapısı hem de çevre buna pek izin vermemektedir. Mutfağın yeni gelişmeye başlaması alışılan tatları bırakmayı zorlamaktadır. Fransa'yı düşünecek olursak mahallede beş yerden dördü zaten gastronomi deneyimi sunmaktadır. Çünkü yemek kültürleri üst düzeydedir. Fakat biz de durum daha çok öğlen geçirme, büyük porsiyonlar üzerine kuruludur. Henüz Türkiye'deki yerli turistlerin deneyimlere %100 hazır olduklarını düşünmüyorum. Fakat bu oran gerek sosyal medya ile gerekse kişinin artık kendine verdiği önemin değişmesi ile pozitif yönde ilerlemektedir. Diğer ülke vatandaşları çok geniş kapsamlı fakat yabancı nereden geldiklerine göre sınıflandıracaksam örneğin Orta Doğu'dan gelen bir turist de tıpkı bir Türk gibi düşünmektedir. Çünkü onun sevdiği şeyler büyük porsiyonlar ve et yemekleridir sıklıkla. Fakat Avrupa, Amerika gibi yerlerden gelen turist geldiği zaman tabaklarımızı daha kabul bulup daha çok soru soruyorlar".

K.8:"Birçok ülkenin ortak bakışı lezzet, sunum ve şıklıktır. Fakat bizim gibi olan ülkelerde fiyat politikası öne çıkmaktadır".

K.9:"Dünyada gelir düzeyi yüksek ülkelerde artık bu tür restoranlar çok ilerde değiller. Artık daha rahat ortamlarda yemek yemeği, samimi ve içten olmasını istiyorlar. Deneyim lokantalarına da ihtiyaç duyuyorlar ancak insanlar artık bunu fazla tercih etmiyorlar. Türkiye'de zaten hep bu böyle idi, merak edilir ve gidilir çok erken tüketilir. Fine dining restoranda bir deneyim için bütçeler yüksektir ve bu yüzden bu tarz restoranların sayısında fazla artış olmamaktadır".

K.10:"Türkiye ile Avrupa ülkelerini kıyaslayacak olursak Avrupa'nın fine dining restoran kültürü bize oranla daha gelişmiş ve oturmuş durumdadır. Türkiye'de ise bu yemeklere o kadar para verilmez anlayışı hakimdir. Bu durum insanların sosyoekonomik durumlarıyla refah seviyeleri ile doğrudan orantılı bir durumdur".

K.11:"Fine dining her yerde fine dining şeklindedir. Vatandaşlar konseptte ayrı bakmıyor fakat yurt dışında fine dining konseptinde porsiyonlar vardır. Ben Türkiye'de salatayı porsiyon olarak verirsem müşteri bu kadar para veriyorum neden bu kadar az yiyorum diyebilir. Türk vatandaşı duruma daha çok doyma gözüyle bakmaktadır".

K.12: "Daha çok tercih ediliyor. Daha güzel hizmet kalitesi mevcut durumdadır. Bu yüzden daha fazla tercih ediyorlar. Servisinden, yemeğine kadar kaliteli bulunuyor".

K.13:"Yurt dışında daha fazla biliniyor. Türk insanı daha yeni tanıyor ve alışıyor. Sadece aşçılar ve gerçekten yemekle arası iyi olanlar biliyor. Fine dining yurt dışında daha fazla rağbet görmektedir. Türk insanına fine dining konseptiaz porsiyon, az tabak ve pahalı şeklinde yansıtılmaktadır. İnsanlar daha tanışmadan uzaklaşıyorlar. Yurt dışında ne olduğu biliniyor. Deneyim olarak görülüyor, damak tatlarına fayda sağlayabileceği düşünülüyor. Araştırıp ne olduğu görülüyor ve denenebiliyor. Böylelikle daha fazla yayılmış oluyor. Türk insanında durum böyle değil. Kebap, mangal kültürü çok fazla durumdadır. Fine dining bizim yemek kültürümüze fazla uymamaktadır".

K.14:"Fine dining Türkçe bir kelime değildir. Türk insanına bir şeyi yabancı kelime ile anlatmak oldukça zordur. Fine dining sokaktaki insanın anlayacağı şekilde anlatılmalıdır. İşin temeli bizi, kendimize kendi dilimizle anlatmamız gerekir.

Dünyada diller iç içe geçmiş durumda iken Türkiye'de bu durum biraz daha farklıdır. Bunu daha iyi bir hale getirmeliyiz. Türk insanı anlamadığı şeye girmek istemiyor.

Bakış açısı açık halde değildir. Fine dining kelimesini çok sık kullanmıyoruz. İşin aslında yönlendiren insanlar tarafından ele alınıp bu coğrafyaya göre şekillendirilmesi gerekiyor".

K.15:"Maalesef Türkiye'de fine dining tarzda restoranlara bakış açısı olumsuz yöndedir. Biz toplumca lezzet aramaktan çok anı kurtarmaya yönelikçe hiçbir zaman bu tarz restoranlara bakış açımız değişmeyecektir. Ama bunu olumsuz etkileyen bir diğer faktör de fine dining restoranların fiyat bazında daha yüksek seviyeler de olmasıdır. Diğer ülke vatandaşları bu konsepti zaten çok benimsemiş durumdadır. Bu oluşum onlardan çıktığı için bize göre çok daha ileri seviyededirler".

K.16: "Türkiye'de fine dining mekan kültürü çok kabul görmemiştir. Daha rahat, canlı ve hareketli mekanlar öncelik kazanmıştır. Diğer ülkelerde ise daha değer verilen bir konsepttir".

K.17:"Bizim vatandaşımız daha bildiği şeyleri tercih etmektedir. Bu nedenle menü hazırlarken genellikle buna dikkat ediyoruz. Bazı kalemlerde daha çok dünya teknikleri uyguluyoruz. Sonucunda ise turistlerden bu kalemlerde daha iyi geri dönüşler alıyoruz. Bu gibi yemeklere bizim insanımız daha soğuk bakabiliyor ya da damak tadına uymuyor".Katılımcıların Türk ve diğer ülke vatandaşlarının fine dining konseptine bakış açısına ilişkin cevaplarına yönelik bulgular aşağıdaki Çizelge 3.14 ' de sunulmuştur.

Çizelge 3.14'e göre katılımcıların %41,2'si fine dining konseptinin bilinirliğinde kültürün etkisinin olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların %23,6'sı zengin ve gelişmiş ülkelerde fine dining konseptinin daha tanınır olduğunu vurgulamıştır. Bu noktada katılımcılar tarafından maddi gelir durumunun (%47,1) etkisinin fazla olduğu belirtilmiştir. Katılımcılar yabancı ülkelerdeki müşterilerin merak duygusu (%11,8) ve alışılmışın dışına çıkma isteğiyle (%5,9) fine dining restoranları tercih ettiklerini vurgulamışlardır. Bu doğrultuda elde edilen bulgular değerlendirildiğinde fine dining konseptinin diğer ülkelere göre Türkiye'de bilinirliğinin az olduğu belirlenmiştir. Katılımcılar diğer ülkelerde ortak bakışın lezzet, sunum ve şıklık olduğunu Türkiye'de ise fine dining konseptine az porsiyon, az tabak ve çok fiyat şeklinde bakış açısının bulunduğunu ifade etmiştir. Katılımcılar fine dining konseptinin yurt

dışında farklı bir deneyim olarak görüldüğünü belirterek Türkiye’de karın doyurmanın daha öncelikli amaç olarak görülmesi nedeniyle bu konseptte uzak kaldıklarını vurgulamıştır. K14 kodlu katılımcı Türk insanı için bir kavramı yabancı kelime ile anlamasının zor olduğunu, fine dining kavramının sokaktaki insanların anlayacağı şekilde anlatılması gerektiğini belirtmiştir.

Çizelge 3.14: Türk ve Diğer Ülke Vatandaşlarının Fine Dining Konseptine Bakış Açısına İlişkin Bulgular

Kod	Maddi Gelir Durumu	Merak Duygusu	Alışılmışın Dışına Çıkma Gelişmiş ve Zengin Ülkeler	Pahalı Bulunması	Porsiyon	Yabancı Terim	Kültür Etkisi	Bilirlilik		
K1	x	-	-	-	-	-	-	-		
K2	-	x	x	-	-	-	x	x		
K3	x	-	-	x	-	-	-	-		
K4	x	-	-	-	x	-	-	-		
K5	x	-	-	x	x	x	-	x		
K6	x	-	-	x	x	-	x	x		
K7	x	-	-	-	-	x	x	x		
K8	-	-	-	-	x	-	-	-		
K9	x	x	-	x	x	-	x	-		
K10	x	-	-	x	-	x	x	-		
K11	-	-	-	-	x	x	-	-		
K12	-	-	-	-	-	-	-	x		
K13	-	-	-	-	x	x	x	-		
K14	-	-	-	-	-	x	-	x		
K15	-	-	-	-	x	-	-	-		
K16	-	-	-	-	-	-	x	-		
K17	-	-	-	-	-	-	-	x		
Frekans	f	8	2	1	4	8	5	1	7	7
Yüzde	%	47,1	11,8	5,9	23,6	47,1	29,5	5,9	41,2	41,2

Türkiye’de ve dünyada yer alan fine dining restoranların arasındaki fark nedir? sorsuna ilişkin katılımcıların cevaplarına aşağıda yer verilmiştir.

K.1: "Fark olarak ülkenin konumu, coğrafyası bunları tamamen etkilemektedir. Yurt dışında bizim restoranlarımızdan daha kötü olup bir veya iki Michelin yıldızına sahip restoran çoktur. Aslında pek bir fark göremiyorum. Çünkü bizim coğrafyamız dünyadaki en verimli topraklar ve kültür birikimi en yüksek coğrafya diyebilirim.

Sadece biraz daha globalleşmesi gerekmektedir. Yoksa kesinlikle onlarda eksik kalır bir yanımız olduğunu zannetmiyorum".

K.2:"Türkiye'de fine dining restoranlar daha sade sunum ile lezzeti ön plana çıkarıyorlar. Ama yurt dışında farklı sunumlar, teknikler dikkat çekiyor. Yumurta kabuğunda yemek servisi buna örnek olarak verebilirim".

K.3:"Türkiye'de fine dining restoranların çoğu dünya hakimiyetinde bulunmaktadır. Restoranlarımızın sayısı az olsa bile çok iyi durumdadırlar. Başarılı bir şekilde büyümeye devam etmektedirler".

K.4:"Ben her ülkenin kendi konseptini kurduğunu düşündüğüm için dağlar kadar fark görmüyorum. Fakat biz bu düzene biraz daha geriden geldiğimiz için sunumlar hakkında eksiklikler olabilir".

K.5:"Türkiye'de ürün tedarik etme ve standartların olmaması dünyada fine dining restoranlar ile aramızda büyük bir fark açmaktadır. Türkiye'de çok başarılı şeflerin olmasına rağmen, Türkiye'de insanların fine dining restoranlara bakış açısı ve kitlesinin azlığı bizi hep geride bırakmaktadır".

K.6:"En büyük fark bizim de onların lezzetlerini yapmamızdır. Osteria Francescana'da sunulan ravioli kendi adını alırken bizde sunulan mantı kendi adını almayıp bizde de ravioli diye geçmektedir. Yani en büyük fark kendi mutfağımıza ağırlık vermememizdir. Bunun bir nedeni de Türk insanı tarafından ilgi çekmemesidir. Yurt dışına gitmeden o lezzeti tatmak istemeleri yani arz, talep ve kullanılan ürünlerdir".

K.7:"Türkiye ve diğer ülkeler olarak düşünecek olursak kesinlikle malzeme kalitesidir. Net olmayan bir malzeme kalitemiz var. Tedarik sorunu söz konusudur. Fakat bu işin doğru yapıldığı yerlere gittiğinizde malzemelerinin ne kadar doğru ve güzel olduklarını görüyorsunuz. Bizim için önemli olan malzemelerdir. O olmazda biz birer hiçiz. Bunların doğru olmaması her gün tedarikçi ile uzun konuşmalar maalesef mesai esnasında olmaması gereken şeylerdir. Ülkemizde doğru tarım politikalarının uygulanmaması, tedarikçiye direkt ulaşamama gibi belirgin sorunlar bunları meydana getirmiştir. Bana göre bu sektör zincir olarak birbirine bağlıdır. Eğer tedarik doğru ise aşçı mutlu aşçı olur, aşçı mutlu olur ise doğru ürün çıkar. Ürün doğru çıkarsa doğru sunum olur, doğru sunum olursa misafirimiz de memnun olur".

K.8:"Bu sorunun cevabını diğer sorulara verdiğim cevaplarda görebilirsiniz. İşin özeti ülkelerin genel durumuna göre değişir. Ülkemizde fine dining mekanların ömrü çok uzun sürmeyecektir. Bir tane Michelin yıldızlı restoranımız bulunmamaktadır. Bu durum daha çok toplumsal, kültürel ve ülkenin durumu ile ilgilidir".

K.9:"Dünyada birçok mutfak temel olarak daha oturmuştur. Bir sonraki evre için temelin üzerine katarak ve değer kazandırarak devam etmektedir. İmza teknikler ortaya çıkmış ve daha fazla gelişim sağlayan ülke mutfakları vardır. Türkiye'de konsept daha farklı ilerliyor. Ocakbaşı ustası var, pide ustası var, baklava ustası var. Temeli çok iyi yapanların gizli tutulduğunu ve bilginin fazla genişletilemediğini düşünüyorum. Bir sonraki adım için temel taşlar oturmamış ve oyun hamuru gibi yapılan yemekler unutulup gidiyor. Türkiye'de açılan restoranlardan bir tanesi yemek olarak öne çıkamamıştır. Bizim olana sahip çıkmadığımız bir sektör haline geldi. Ancak umut ediyorum yen şefler bunun için daha çok düşünerek üstüne katacaklardır".

K.10:"Avrupa ve Amerika'da yer alan fine dining restoranlar ile kıyaslayacak olursak, baktığımızda onların sınırları bizimkilere göre daha geniş durumdadır. Mesela Noma'da karınca servis edilebiliyor. Ama bu tarz uç ürünleri Türkiye'de şu anda yapmak neredeyse imkansız durumdadır. Türk insanının damak tadı, kültürü, dini gibi birçok etken bunu etkilemektedir. Dünyada ve Türkiye'de her şey çok hızlı değişiyor ve gastronomi dünyası her geçen gün daha da özgürleşiyor".

K.11:"Yurt dışında porsiyon vardır, eğitim düzeyleri farklıdır. Yurt dışında bir yemek yediğin zaman garson müşteri ile çok fazla muhatap olmaz ve bir mesafe bulunmaktadır".

K.12:"Kendi ülkemizde fine dining restoranlar sosyala medya ile daha çok ön plana çıkmış ve fark edilmiş durumdadır. Bizim de kendi mutfağımızı ön planda tutup fark ettirmemiz gereklidir".

K.13:"Her konuda çok fark bulunmaktadır. Örneğin İspanya'dan bizim mutfağımıza yemek yapmak için aşçılar geldiler, çikolata yaptılar. Onlarda gördüğüm kakaosuna kadar yetiştirip kendi çikolatalarını üretiyorlar. Biz daha bu seviyede değiliz. Yurt dışında böyle olan restoranlar çok daha fazladır. Yurt dışında ki fine dining restoranlar çok daha kapsamlı, çok daha özenli, çok daha fazla operasyon içeriklidir".

K.14:"Aslında pek çok fark vardır. Biz bu konuda daha yeni araştırmacı hareket etmeye başladık. Günümüzde yerel ürünler kullanan yerel yemekler yapan restoranlar gelişmeye başladı. Dünyada fine dining konusunda bir adım geri durumdayız. Onlar bizden daha önce bu konsepti uygulamaya geçti. Biz daha hemen hemen 10 yıldır içindeyiz".

K.15:"Türkiye'de bu konuya alışabilmiş ve bu düzene oturabilmiş durumda değiliz. Fine dining restoranlara bakacak olursak birçok müşteriler turist ya da yerli iş adamlarından oluşuyor. Fiyatların yüksek seviyelerde olması, kaliteden ödün vermemiz ve birçok neden hala daha bu tarz restoranlara karşı sıcak bakmamızı engelliyor. Türkiye ve diğer ülkelerdeki fine dining restoranları kıyaslayacak olursak imkanlar ve amaç uğruna harcanılan çabanın diğer ülkelerde daha fazla olması, daha fazla bilinmesine ve gelişmesine neden oluyor. Mesela Fransa'da bulunan fine dining restoran ile Türkiye'de bulunan fine dining restoranı kıyaslayacak olursak ki her iki ülkede deneyim sahibi olmuş birisi olarak yorum yapacağım. Fransa'daki restoranda amaç net ve belli kaliteli hizmet ve kesinlikle lezzetten ödün vermemektir. Türkiye'ye bakacak olursak bizde görsellik, gösteriş ve ambiyans daha ön plandadır. İşin içine lezzet, teknikler girince işte orada afallıyoruz".

K.16: "Hizmet, kullanılan ekipman, ürün kalitesi, yeterli şekilde kalifiye personel, Türkiye'de rekabet artması ve sürekli yeni açılan mekanlar kaliteyi olumsuz yönde etkiliyor. Yurt dışında aldığınız hizmet kalitesi güler yüz ve imkanlar daha iyi, sunumlar ve lezzet konusunda çok büyük farklılıklar yok çünkü yöresel ve kültürel anlamda sunumlar değişiklik gösterebilir".

K.17:"Yurt dışında bulunmadığım için yorum yapmam yanlış olabilir. Katılımcıların Türkiye'de ve Dünyada yer alan fine dining restoranların arasındaki farklılıklara ilişkin cevaplarına yönelik bulgular aşağıdaki çizelge 3.15'de sunulmuştur.

Çizelge 3.15'e göre katılımcılar Türkiye'deki fine dining restoranların hizmetine ürün tedarik sıkıntısının (%11,8), toplumsal ve kültürel durumun (%17,7), eğitim düzeyinin (%5,9) ve ülke vatandaşlarının bakış açısının (%11,8) etki ettiğini vurgulamıştır. Araştırmada yer alan katılımcıların %35,3'ü çeşitli ülkelerdeki fine dining restoranların farklı sunum tekniklerine sahip olduklarını belirtmiştir.

Çizelge 3.15: Türkiye'de ve Dünyada Yer Alan Fine Dining Restoranların Arasındaki Farklara İlişkin Bulgular

Kod	Globalleşme	Ülke Konumu	Farklı Sunum Teknikleri	Ülke Vatandaşlarının Bakış Açısı	Türk Mutfak Kültürüne Sahip Çıkma	Ürün Tedarik Sıkıntısı	Toplumsal ve Kültürel Durum	Eğitim Düzeyi	Türk Mutfak Kültürünün Bilinirliği	
K1	x	x	-	-	-	-	-	-	-	
K2	-	-	x	-	-	-	-	-	-	
K3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
K4	-	-	x	-	-	-	-	-	-	
K5	-	-	-	x	-	x	-	-	-	
K6	-	-	-	-	x	-	x	-	-	
K7	-	-	x	-	-	x	-	-	-	
K8	-	-	-	-	-	-	x	-	-	
K9	-	x	-	-	x	-	-	-	-	
K10	-	-	x	-	-	-	x	-	-	
K11	-	-	-	-	-	-	-	x	-	
K12	-	-	-	-	-	-	-	-	x	
K13	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
K14	-	x	-	-	-	-	-	-	-	
K15	x	-	x	x	-	-	-	-	-	
K16	-	-	x	-	-	-	-	-	-	
K17	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Frekans	f	2	3	6	2	2	2	3	1	1
Yüzde	%	11,8	17,7	35,3	11,8	11,8	11,8	17,7	5,9	5,9

Buna göre araştırma sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda katılımcılar arasında yer alan K1 kodlu katılımcı fark olarak ülkenin konumunu ve coğrafyasını ön planda göstermiştir. K2 kodlu katılımcı Türkiye'de bulunan fine dining restoranlarda daha sade sunum ile lezzetin ön plana çıkarıldığı yurt dışındaki restoranlarda ise farklı sunum ve tekniklerin daha çok dikkat çektiğini ifade etmiştir. K7 kodlu katılımcı Türkiye'de ürünü tedarik aşamasındaki sıkıntıların yaşanması ve standartların olmaması gibi nedenlerin dünyada bulunan fine dining restoranlar ile Türkiye'de bulunan fine dining restoranlar arasında büyük farkların oluşmasına yol açtığını vurgulamıştır. K9 kodlu katılımcı dünyadaki pek çok mutfakın temel olarak oturduğunu bir sonraki evre için temelin üzerine katılarak değer kazandığını Türkiye'de ise temeli çok iyi yapanların gizli tutulduğu ve bilginin fazla

genişletilemediği belirtilmiştir. K10 kodlu katılımcı ise Amerika ve Avrupa' da yer alan fine dining restoranlar ile Türkiye'de yer alan fine dining restoranları kıyaslayarak, bu bölgelerde sınırların daha geniş olduğunu, bu sınırların damak tadı, kültür, ülkelerin dini gibi birçok faktör ile ilişkili olduğunu ifade etmiştir. K13 kodlu katılımcı ise yurt dışındaki fine dining restoranların Türkiye'deki fine dining restoranlara göre daha kapsamlı, operasyon içerikli ve özenli olduklarını vurgulamıştır.



4. SONUÇ VE ÖNERİLER

İnsanlar yaşamlarını sürdürebilmek için beslenmek zorundadırlar. Fakat beslenmek biyolojik bir ihtiyaç olmanın yanı sıra sosyal ve kültürel bir yapıya da sahiptir (Sormaz, 2015). İletişim ve ulaşım kaynaklarının gelişmesi, küreselleşmenin etkisi ile birlikte yeme ve içme eğilimi de bu doğrultuda değişmeye başlamıştır (Erdem ve Akyürek, 2017). Teknolojinin gelişmesi ve buna bağlı diğer değişimlerin etkisi tüketicileri farklı deneyimlere açık hale getirmiştir. Artık günümüz tüketicileri estetiğin ve görselliğin daha ön planda olduğu yeni olgulara ilgi duymaktadırlar (Albayrak, 2017). Yiyecek ve içecek endüstrisinde de gelişmelere bağlı olarak dışarıda yemek yeme eğiliminde değişikliklerin ortaya çıktığı görülmektedir. Dışarıda yemek yeme davranışları restoranlardan beklentilerin yükselmesine neden olmanın yanı sıra restoran konseptlerinde de çeşitliliğin artmasına neden olmaktadır (Akoğlu ve Öztürk, 2018). Fine dining restoranlar da diğer dünya mutfaklarından etkilenen, görselliğin ve yaratıcılığın ön planda olduğu atmosferin dikkat çektiği bir restoran çeşidi olarak yiyecek ve içecek sektöründe yerini almayı başarmıştır. Daha önce sadece Fransız mutfağı içerisinde yer alan fine dining restoranlar günümüzde diğer mutfaklardan etkilenerek daha bilinir hale gelmiştir. Yenilikçi bir hale bürünerek müşteri memnuniyetini etkileyen atmosfer, servis, restoran kalitesi gibi faktörler ile birlikte daha dikkat çekici olmayı başarmıştır. Eliwa (2006)' ya göre fine dining restoranlarda hizmet yemek kadar önemli bir yer tutmaktadır. Buna göre fine dining restoranlar kendilerine sosyal değer sağlaması ve iyi kalitede hizmet vermesi sebebiyle yüksek gelirli müşteriler tarafından sıklıkla tercih edilmektedir. Her ülkenin kendine ait mutfak kültürü bulunmaktadır. Buna bağlı olarak fine dining konseptine olan bakış açıları da farklılık göstermektedir. Bu çalışma fine dining konseptinin Türkiye'deki bilinme düzeyi ve Türk mutfağına uygulanabilirliği gibi unsurlar altında İstanbul'da faaliyet gösteren belirlenmiş fine dining konseptli restoranların yetkili kişilerine görüşme formu uygulanarak bu durumun saptanması amacıyla gerçekleştirilmiştir. Restoranda hizmet veren katılımcıların yiyecek ve içecek işletmelerinde ürünün elde edilmesinden müşteriye sunumuna kadar olan sürecin tamamına hakim olmaları, bu konudaki görüşlerinin incelenmesinde

belirleyici faktör olmuştur. Bu sayede fine dining konseptinin Türk mutfağındaki yeri konusunda gözlem ve değerlendirmede bulunabilecekleri düşünülmüştür.

Araştırmada katılımcıların tamamının mesleki alanlarında yeterli deneyime sahip oldukları gözlemlenmiştir. Araştırmada katılımcıların görüşme formunun ilk bölümünde yer alan demografik ve kişisel bilgileri incelendiğinde çoğunluğunun yiyecek ve içecek sektörü alanında uzun yıllar hizmet verdikleri saptanmıştır. Araştırmada katılımcılara görüşme formunun ikinci bölümünde ise hizmet verdikleri restoranların menü içeriği, müşteri profili, fine dining konsepti, fine dining konseptinin Türk mutfağı ile ilişkisine yönelik sorular iletilmiştir. Katılımcıların sorulara verdikleri cevaplar incelendiğinde fine dining restoranları tercih eden müşterilerin önceliklerinin kaliteli zaman geçirmek olduğu gözlemlenmiştir. Elde edilen bulgulara göre katılımcılar genellikle fine dining kavramını kaliteli yemek, kaliteli servis şeklinde tanımlamışlardır. Katılımcılar fine dining restoranlarda sadece yemeğin ön planda olmadığını, müşterilerin önceliklerinin zevk almak ve güzel vakit geçirmek olduğu için bu restoranları tercih ettikleri belirlenmiştir. Katılımcıların Türkiye’de ve diğer ülkelerde fine dining konseptinin durumlarına yönelik yöneltilen soruya ilişkin verilen cevaplar doğrultusunda elde edilen bulgularda, Türkiye’de ürünü tedarik aşamasındaki sıkıntıların yaşanması ve standartların olmaması gibi nedenlerin dünyada bulunan fine dining restoranlar ile Türkiye’de bulunan fine dining restoranlar arasında büyük farkların oluşmasına yol açtığı vurgulanmıştır. Katılımcılar tarafından yurt dışındaki fine dining restoranların Türkiye’deki fine dining restoranlara göre daha kapsamlı, operasyon içerikli ve özenli oldukları belirtilmiştir. Ayrıca fine dining restoranlarda fiyatların yüksek seviyelerde olması, ürün tedarik aşamasında karşılaşılan zorluklar gibi nedenlerin bu tarz restoranlara karşı sıcak bakılmasını engelleyen unsurlar arasında olduğu araştırma sonuçları arasında yer almaktadır. Katılımcılar Türkiye’de fine dining restoranlara yönelimin diğer ülkelerdeki yönelimle aynı olmadıklarını, az porsiyonlu yemeklere yüksek fiyatta ödemeler yapılmasının Türk vatandaşını tatmin etmediğini vurgulamışlardır. Bu bulguya benzer çalışmalarda rastlanılmıştır, müşterilerin restoran seçimleri menü çeşitliliği, fiyat, mal ve hizmet kalitesi, ödenen ücretin karşılığının alınması (Albayrak, 2014) gibi faktörlere göre değişebileceği bilinmektedir. Sökmen (2014)’ e göre, yiyecek ve içecek sektörü yaşanan toplumsal olaylara göre şekillenebilmektedir. Buna göre Türk mutfağında farklı restoran

konseptleri uygulanabilirliği de mümkündür. Elde edilen bulgular doğrultusunda yerel ürünlerin menülerde daha çok yer alması ile hem Türk mutfağının devamlılığına katkı sağlanarak hem de maliyetlerde azalmaya bağlı olarak Türk vatandaşının fine dining restorana olan talebini artırmanın mümkün olabileceği belirtilmiştir. Katılımcılara yönlendirilen Türk mutfak kültürünün tanıtılmasında fine dining restoranların katkısı konusundaki soruya yönelik bulgularda ise fine dining restoranların Türk mutfak kültürünün tanıtılmasında katkı sağlayabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra katılımcılar tarafından fine dining konsepti sayesinde yurt dışından gelen müşterilere Türk mutfak kültürünün sadece döner ve kebaptan oluşmadığının da gösterilebileceği vurgulanmıştır.

Bu araştırma İstanbul'da faaliyet gösteren fine dining restoran işletmelerinde Türk mutfağının yerini belirlemeye yöneliktir. Araştırma Türk mutfağının tanıtımına katkı sağlamak için yapılabilecekler konusuna kaynak oluşturmaktadır. Her ülkenin mutfak kültürünün farklı yapıya sahip olması nedeniyle uzmanların fine dining algıları da değişiklik göstermektedir. Bu mevcut çalışma Türkiye'de fine dining restoran işletmeleri ile ilgili durumu ortaya koymak adına da önem taşımaktadır. Bu çalışmanın sonucunda fine dining restoranların Türk mutfak kültüründe uygulanabilirliği ve Türk mutfak kültürünün tanıtımına etki edecek diğer hususlar konusundaki yapılacak olan çalışmalara öncü olması öngörülmektedir. Bulgular doğrultusunda Türk mutfak kültürü konusunda çalışma yapacak olan araştırmacılara öngörüler sunması, yiyecek ve içecek işletmeleri ile işletme sektöründe hizmet veren şeflere ve hizmet verecek şef adaylarına ve işletme yöneticilerine fine dining restoranlarda Türk mutfağının yeri konusunda bilgilendirme sağlaması ve literatürde bulunan boşluğa katkı sağlaması bakımından aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir.

- Teknolojinin gelişmesi ile birlikte değişen sosyal ve ekonomik koşullar hizmet sektörünün de gelişmesine neden olmaktadır. Buna göre hizmet sektörünün içerisinde bulunan yiyecek ve içecek endüstrisinde de yenilikler ortaya çıkmaktadır. Bu yeniliklerden etkilenen restoranların oluşun rekabet içerisinde yerlerini korumaları için yenilikleri takip etmeleri gerekmektedir. Bu yeniliklerden biri de dijitalleşmedir. Restoranlar yemek seçeneklerini dijital ortamda da sunabilirler. Bu doğrultuda müşterinin tüketmek istediği yemeğe ulaşımı daha kolay olacaktır.

- Günümüzde değişen koşullara bağlı olarak restoran konseptleri de çeşitlenmektedir. Restoran işletmeleri kendi konseptlerinin bilinirliğini artırmayı ve bu durumu korumayı amaç edinmelidirler. Buna göre restoran konseptine uygun sipariş kanallarının oluşturulması, yeterli ekipmanların bulunması, gerekli bütçelerin hazırlanması gereklidir.
- Yiyecek ve içecek endüstrisinde yer alan restoran işletmelerinin müşteri memnuniyetini sağlamaları önem taşımaktadır. Bu sebeple müşterinin memnuniyet düzeyini daima yüksek seviyede tutmanın amaçlanması gerekmektedir. Bu doğrultuda müşterilerde kaliteli hizmet algısının oluşturulması gereklidir. Bu aşamada fiziksel çevrenin kalitesi ve hizmet sunumunun kalitesi ön plana çıkmaktadır. Hizmet sunumunda personel tutum ve davranışlarına dikkat etmelidir. Karşılaşılan sorun ve Őikayetleri çözebilme yeteneğine sahip olmalıdır.
- Dışarıda yemek yeme ihtiyacı duyan bireyler restoranları sıklıkla tercih etmektedirler. Restoranları tercih eden insanların sadece doyma güdüsü ile değil, kendini iyi hissetme, güzel vakit geçirme istekleri artık daha ön plana çıkmaktadır. Buna göre restoranların atmosfer, mimari düzenlemeler, Şıklık konusunda daha yaratıcı ve etkileyici olmaları gerekmektedir. Bu durum müşterinin devamlılığını da etkileyecektir.
- Türkiye’de hizmet veren restoranlar Türk mutfak kültürünün gelişmesinde ve tanınmasında önemli yere sahiptir. Bu nedenle bu restoranların menü içeriklerini daha özenle düzenlemeleri gerekmektedir. Menülerinde yerel ürünlerin ağırlık kazanması sağlanmalıdır.
- Tüketici davranışları koşullara göre değişiklik göstermektedir. Bu değişiklikleri daha çok dikkate alarak yiyecek ve içecek işletmesi sahipleri ve yöneticileri, işletmelerinin işleyiş planlarını düzenlemelidirler. Böylelikle işletme profili daha kaliteli düzeyde tutulabilir.
- Fine dining konsepti Türkiye’de bilinirliği az bir konsepttir. Restoran açmak isteyen kişiler fine dining konseptine uygun restoranlar açabilir. Bu noktada yiyecek ve içecek işletmesi açmayı planlayan bireylere farklı konseptler hakkında bilgi sahibi olması konusunda mevcut çalışma ışık tutacak niteliktedir.

- Türkiye’de hizmet veren yiyecek ve içecek işletmesi sahipleri ve yöneticileri Türk mutfak kültürünün devamlılığının korunmasında önemli konuma sahiptirler. Hizmet verdikleri işletmelerin mutfaklarında Türk mutfak kültürüne hakim şefleri tercih etmeleri bu konuya katkı sağlayacaktır.
- Türkiye’de fine dining konseptinde hizmet veren restoran işletmesi sahipleri ve yöneticilerinin, konseptin içerisinde Türk mutfak kültürüne ait öğelerden oluşan yemeklere yer vermeleri restoranlarda hizmet alan diğer ülke vatandaşlarının ilgilerini çekecektir. Bu durum Türk mutfak kültürünün merak edilmesini ve daha çok tercih edilmesini olumlu yönde etkileyecektir.
- Yiyecek ve içecek işletmesi sahibi ve yöneticileri fine dining restoranlarda yerel ürünlerin tedarikini sağlayarak, menü maliyetini daha aza indirebilirler. Ulaşılabilir ve yerel ürünlerin daha çok yer aldığı fine dining konseptli restoranlar Türk vatandaşlarının bu restoranları tercih etmelerine etki edecektir.
- Araştırma sonucunda fine dining kavramının yabancı terim olması nedeniyle Türk vatandaşı tarafından benimsenmesine olumsuz etki ettiği tespit edilmiştir. Buna göre fine dining kavramı Türkçe literatürde kaliteli yemek şeklinde yer alabilir.
- Araştırma İstanbul’da faaliyet gösteren 14 fine dining restoran işletmesi ile sınırlıdır. Sonraki araştırmalarda farklı illerde hizmet veren fine dining restoranlarda Türk mutfak kültürünün yerine yönelik çalışmalar yapılması literatüre ve sektöre katkı sağlayacaktır.
- Mevcut çalışmada fine dining restoranlarda Türk mutfağının yerinin saptanması amaçlanmıştır. Bundan sonraki yapılacak olan çalışmalarda farklı konseptlerdeki yiyecek ve içecek işletmelerinde Türk mutfak kültürünün bulunduğu konuma yönelik araştırmalar gerçekleştirilebilir.
- Yapılan çalışmada görüşme formu kullanılarak fine dining restoranlarda hizmet veren ilgili kişilere sorular yönlendirilmiştir. Fine dining konseptli restoranlarda Türk mutfağının yerini belirlemeye yönelik yapılacak olan diğer çalışmalarda görüşme formu gelen müşterilere de yönlendirilebilir. Müşterilerin verdiği cevaplar doğrultusunda restorana gelen yerli ve yabancı turistlerin Türk mutfak kültürüne bakış açıları saptanabilir.

- Yapılan çalışmanın bulgularına göre Türk vatandaşının fine dining konseptine bakış açısı çeşitli nedenlerden dolayı ön yargılıdır. Bu konuda oluşan ön yargıların en aza indirilmesi veya ortadan kaldırılması amacı ile daha fazla araştırma yapılarak konuya dikkat çekilebilir.
- Literatür taramasının sonucu doğrultusunda fine dining içerisinde Türk mutfağını ele alan çalışmaların sayısının az olduğu gözlemlenmektedir. Bu konuda araştırma yapmak isteyen diğer araştırmacılar için bu çalışma öncülük etme niteliğindedir.

Akoğlu ve Öztürk (2018) Türkiye’de hizmet veren fine dining restoranlara mutfak yöneticilerinin bakış açısının incelendiği bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Yapılan çalışmada mutfak yöneticilerine sorular yöneltilmiştir. Bu sorulara verilen cevaplar doğrultusunda birtakım sonuçlar elde edilmiştir. Buna göre mutfak yöneticileri Türkiye’de fine dining konseptinin Türk vatandaşları için henüz kabul edilmediğini ortaya koymuştur. Bunun yanı sıra fine dining konseptinin bu alanda hizmet veren restoranların tamamında uygun şekilde uygulanmadığı sonucu elde edilmiştir. Gerçekleştirdiğimiz bu çalışmada elde edilen sonuçlar dikkate alındığında Akoğlu ve Öztürk (2018)’in çalışmasındaki benzer bulgulara rastlanılmaktadır. Her iki çalışmada da katılımcıların sorulara verdiği cevaplar birbirini destekler niteliktedir. Genel olarak bu araştırmanın sonuçları değerlendirildiğinde, fine dining konsepti Türk mutfak kültüründe daha az yer etmiş bir konsept olarak karşımıza çıkmaktadır. Fine dining konseptine Türk vatandaşlarının bakış açısı az porsiyonlu ve yüksek fiyatlı yemekler şeklinde oluşmuştur. Oluşan bu ön yargının önüne geçilmesi amacı ile bu konuya dikkat çekilmesi gerekmektedir. Bu konseptin kendine özgü niteliklerinin, gösterdiği gelişme ile birlikte literatürde yer alabilmesi, Türk mutfak kültürüne uyarlanabilirliğinin saptanabilmesi amacıyla gerçekleştirilmiş olan bu çalışmada, konseptin Türkiye’deki bilinirlik seviyesi mesleki yaşamında tecrübeli kişilerle yapılan görüşmeler ile saptanmaya çalışılmış ve konu ile ilgili gerçekleştirilecek diğer araştırmalara bir kaynak oluşturmak hedeflenmiştir.

KAYNAKLAR

- Abalı, İ.** (2017). İşlevleri bağlamında mutfak eşyaları. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(10), 383-392.
- Abrams, J.** (2013). Mise en Plate: The scenographic imagination and the contemporary restaurant. *A Journal of the Performing Arts*, 18(2), 7-14.
- Açık, M. ve Çakıroğlu, F. P.** (2018). Sivas mutfak kültürü ve yöresel yemeklerin pişirilme durumu. *Social Sciences Studies Journal*, 4(21), 3287-3296.
- Ak, D.** (2017). Yavaş Kent (Cittaslow) hareketi ve Türkiye örnekleri üzerine bir değerlendirme. *The Journal of International Social Research*, 10(52), 2-20.
- Akarçay, E. ve Suğur, N.** (2015). Dışarıda yemek: Eskişehir'de yeni orta sınıfın fast-food yeme-içme örüntüleri. *Journal of Sociological Research*, 18(1), 1-29.
- Akbay, C., Yıldız Tiryaki, G. ve Gül, A.** (2007). Consumer characteristics influencing fast food consumption in Turkey. *Food Control*, 18(8), 904-913.
- Akbulut, G.** (2009). Sivas Şehri'nin tarihi coğrafyası. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi*, 35(2), 212-222.
- Akın, A.** (2018). Gaziantep'in gastronomi şehri olarak belirlenmesinde demografik değişkenlerin etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 299-316.
- Akın, G. ve Balıkçı, E.** (2018). Anadolu'nun gizemi imparatorluğu Hititlerde beslenme ve mutfak kültürü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 275-284.
- Akın, G., Özkoçak, V. ve Gültekin, T.** (2015). Geçmişten günümüze geleneksel Anadolu mutfak kültürünün gelişimi. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Antropoloji Dergisi*, 33-51.
- Akkaya, A., Bayrakçı, S. ve Özcan, C. C.** (2018). Osmanlı mutfağının yemek, fiyat, mekân ve ekonomik bakımdan değerlendirilmesi: İstanbul örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 60-80.
- Akkuş, Ç.** (2019). Yemek kültürünün sürdürülebilirliğini kadınların demografik özellikleri etkiliyor mu? *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 731-750.
- Akoğlu, A. ve Öztürk, E.** (2018). Türkiye'de fine dining restoranlara bakış: Mutfak yöneticileri üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 430-443.
- Akoğlu, E.** (2019). Erzurum ilinin ramazan ayına özgü mutfak kültürünün incelenmesi. *Tourism and Recreation*, 1(2), 44-49.

- Aksoy, M. ve Sezgi, G.** (2015). Gastronomi turizmi ve güneydoğu Anadolu bölgesi gastronomik unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Aksoy, M. ve Üner, E. H.** (2016). Rafine mutfağın doğuşu ve rafine mutfağı şekillendiren yenilikçi mutfak akımlarının yiyecek içecek işletmelerine etkileri. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(6), 1-17.
- Albayrak, A.** (2014). Müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen faktörler: İstanbul örneği. *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(2), 190-201.
- Albayrak, A.** (2017). Restoran işletmelerinin yenilik uygulama durumları: İstanbul'daki birinci sınıf restoranlar üzerine bir çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 53-73.
- Altunsaban, S., Yay, Ö. ve Erdem, Ö.** (2016). Yöresel mutfak kavramına ilişkin şeflerin bakış açılarının değerlendirilmesi (Antalya örneği). *II. Rize Turizm Sempozyumu*, 3-14.
- Andreyeva, T., Kelly, I. R. ve Harries, J. L.** (2011). Exposure to food advertising on television: Associations with children's fast food and soft drink consumption and obesity. *Economics and Human Biology*, 9(3), 221-233.
- Ardıç Yetiş, Ş.** (2015). Kapadokya yemek kültürü ve Mustafapaşa Beldesi (Sinassos) örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 12-19.
- Arlı, M.** (1982). Türk mutfağına genel bir bakış. İçinde *Türk Mutfağı Sempozyumu Bildirileri* (s. 19-33). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları.
- Arlı, M. ve Gümüüş, H.** (2007). Türk mutfak kültüründe çorbalar. *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi*, 143-158.
- Arslan, A.** (2004). Medyanın birey, toplum ve kültür üzerine etkileri. *Journal of Human Sciences*, 1(1), 2-12.
- Arslan, P.** (1997). Toplumun geleneksel yemek kültürünün değişimi-hızlı hazır yemek sistemine (fast food) geçiş. İçinde T. Kamil, *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar* (s. 7-160). Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayın No:20.
- Asker, A.** (2011). Küresel-Yerel etkileşimi: Yerelin dönüşümü olarak simit sarayı örneğinde simidin "fast-food"laşması. *Erciyes İletişim Dergisi "Akademia"*, 2(1), 88-104.
- Atabey, S. ve Gürdoğan, A.** (2018). Mutfak çalışanların yöresel mutfak algılamalarının, uyguladıkları pazarlama faaliyetlerine etkisi: Marmaris örneği. *Journal of Business Research-Turk*, 10(3), 256-270.
- Avcıkurt, C., Dinu, M. S., Hacıoğlu, N., Efe, R., Soykan, A. ve Tetik, N.** (2016). *Global Issues and Trends in Tourism*. St. Kliment Ohridski University Press, 2-726.
- Ayaz, N. ve Çobanoğlu, S.** (2017). Ev kadınlarının turizm amaçlı yöresel yemek üretimine bakış açıları: Bartın İli örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 1-15.

- Aydın, E.** (2015). Gastronomi turizminin şehir markalaşmasına etkisi: Afyonkarahisar ili örneği. Afyonkarahisar: Afyonkarahisar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aydoğdu, A. ve Mızrak, M.** (2017). *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 15-25.
- Aydoğdu, A. ve Mızrak, M.** (2017). Yöresel yemeklerin sürdürülebilirliğinde standart reçetelendirmenin önemi: Kastamonu Mutfağı örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(20), 366-394.
- Aydoğdu, A., Yaşarsoy, E. ve Dilsiz, T.** (2019). Yiyecek içecek işletmelerinde hizmet kalitesi ve tüketici doyumu: Kastamonu örneği. *Journal of Tourism Theory and Research*, 5(2), 155-170.
- Baltacı, A.** (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.
- Bars, M. E.** (2014). Türk kültüründe anne ve aşık garip hikayesinde görünüşü. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(6), 82-94.
- Başar, B. ve Silahşör, Y.** (2019). *Erzincan'da yemek kültürü (s. 466-480)*. Erzincan: Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi.
- Başar, F., Başar, B. ve Boztoprak, F.** (2019). Erzurum'un yöresel ürünlerinin turistik potansiyelinin belirlenmesi. *Ekev Akademi Dergisi*, 23(77), 147-157.
- Batu, A.** (2015). Türk İslam kültüründe ve günümüz dengeli, sağlıklı ve helal beslenmede HZ Muhammed öğretisi. *International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 10(2), 69-100.
- Batu, A. ve Kırmacı, B.** (2009). Production of Turkish Delight. *Food Research International*, 42(1), 1-7.
- Baykara, T.** (2001). *Türk kültür tarihine bakışlar*. Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları, Ankara.
- Baysal, A.** (1981). Beslenme sorunlarının sosyal, kültürel eğitim ve ekolojik etmenlerle ilgili nedenleri ve çözüm önerileri. *Beslen ve Diyet Dergisi*, 10, 50-62.
- Baysal, A.** (1993). Türk beslenme kültürü. İçinde A. Baysal, *Beslenme Kültürümüz (s. 1-138)*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları 1230.
- Baysal, A.** (1997). Türk mutfağında mercimek ve nohut yemekleri. İçinde K. Toygar, *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar (s. 49-56)*. Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayın NO:20.
- Beauge, B.** (2012). On the idea of novelty in cuisine: A brief historical insight. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 1(1), 5-14.
- Bekar, A. ve Gümüş Dönmez, F.** (2016). Tüketicilerin dışarıda yemek yeme nedenlerine ilişkin bir değerlendirme. *Social Sciences (NWSASOS)*, 11(1), 1-15.

- Bekar, A. ve Sürücü, Ç.** (2017). Mutfak profesyonellerinin Türk Mutfağı uygulamalarına ilişkin görüşleri. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(39), 576-586.
- Bekar, E. ve Bekar, A.** (2020). Fine-Dining restoran işletmelerinde canlı müzik: müşteriler ve işletmeler açısından değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2020, 8(2), 1396-1412.
- Bengül, S. S. ve Güven, Ö. Z.** (2019). Yiyecek içecek işletmelerinde fiziksel ortam kalitesi, yiyecek kalitesi ve servis kalitesinin algılanan değer, müşteri memnuniyeti ve müşteri bağlılığı üzerindeki etkisi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(42), 375-405.
- Birdir, K. ve Akgöl, Y.** (2015). Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 57-68.
- Birer, S.** (1990). Türk mutfağının tarihsel gelişim süreci içerisindeki değişimi ve bugünkü durumu. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 19, 251-260.
- Birsen, Ö. ve Öztürk, Y. Ş.** (2011). Türk kültürü çerçevesinden sağlık haberleri. *Akademik Bakış Dergisi*, 26, 2-21.
- Boylard, E. J. ve Halford, J. C.** (2013). Television advertising and branding. Effects on eating behaviour and food preferences in children. *Appetite*, 62, 236-241.
- Boyraz, M.** (2019). Coğrafi işaretli ürünler: Afyonkarahisar. *International Journal Entrepreneurship and Management Inquiries*, 3(4), 26-46.
- Bozok, D. ve Kahraman, K.** (2015). Kırsal turizmde yöresel yemek kültürünün rolü: Balıkesir. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 5(1), 85-90.
- Brunner, T. A., Horst, K. ve Siegrist, M.** (2010). Convenience food products drivers for consumption. *Appetite*, 55(3), 498-506.
- Bucak, T. ve Aracı, Ü. E.** (2013). Türkiye'de gastronomi turizmi üzerine genel bir değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(30), 203-216.
- Bucak, T. ve Taşpınar, O.** (2014). Türk mutfağında deniz kültürünün yeri ve önemi. *International Journal of Human Sciences*, 11(1), 551-568.
- Burgess, J.** (1990). The production and consumption of environmental meanings in the Mass Media: A research agenda or the 1990s. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 15(2), 139-161.
- Büyükşalvarcı, A., Şapcılar, M. C. ve Yılmaz, G.** (2016). Yöresel yemeklerin turizm işletmelerinde kullanılma durumu: Konya örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(4), 161-181.
- Büyüktuncer, Z. ve Yücecan, S.** (2009). Türk mutfağının beslenme ve sağlık açısından değerlendirilmesi. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 37(1-2), 93-100.
- Cevizkaya, G.** (2015). Tüketicilerin etnik restoran işletmelerini tercih nedenleri: İstanbul'da bir araştırma. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Chen, A., Peng, N. ve Hung, K. P.** (2015). The effects of luxury restaurant environments on diners' emotions and loyalty. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27 (2), 236-260.
- Cheng, C. C., Chen, C. T., Hsu, F. S. ve Hu, H. Y.** (2012). Enhancing service quality improvement strategies of fine dining restaurants: New insights from integrating a two-phase decisionmaking model of IPGA and DEMATEL analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 31(4), 1155-1166.
- Ciğirim, N.** (2001). Batı ve Türk mutfağının gelişimi, etkileşimi ve yiyecek- içecek hizmetlerinde Türk mutfağının yerine bir bakış. İçinde K. Toygar, *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar* (s. 9-341). Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları Yayın No: 28.
- Cihangir, İ. S., Gökçe, F. ve Sunar, H.** (2017). Gelenekselden evrensele kültürel bir olgu yemek: "Osbarada Mimbar Dolması". *Social Sciences Studies Journal*, 3(7), 1373-1384.
- Clark, P. P.** (1975). Thoughts for Food, I: French Cuisine and French Culture. *The French Review*, 49(1), 32-41.
- Coşkun, N.** (2017). Van'ın tarihsel zenginliğinin turizme kazandırılması. *International West Asia Congress of Tourism Research* (s. 7-569). Van: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi.
- Cömert, M.** (2014). Turizm pazarlamasında yöresel mutfakların önemi ve Hatay Mutfağı örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(1), 64-70.
- Cömert, M. ve Alabacak, C. H.** (2019). Türk mutfağına ait yemeklerin özelliklerinin değerlendirilmesi: Anakara İli örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3), 2123-2143.
- Cömert, M. ve Durlu Özkaya, F.** (2014). Gastronomi turizminde Türk mutfağının önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.
- Cömert, M. ve Sökmen, A.** (2017). Türkiye'de gastronomi Turizmi: Antalya'da konaklayan turistler üzerine bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(3), 6-26.
- Cracknell, H. L. ve Nobis, G. F.** (1989). Principles of nouvelle cuisine. İçinde *The New Catering Repertoire Volme I Aide- Memoriède Du Chef* (s. 738-744). Londra: Palgrave.
- Çakıcı, A. C. ve Eser, S.** (2016). Yabancı mutfak şefleri gözüyle Türk mutfağına ilişkin bir değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 215-227.
- Çakıcı, H. H. ve Zencir, E.** (2018). Unutulmaya yüz tutmuş mutfak kültürleri: Çakırözü Köyü örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 285-297.
- Çakır, A., Çiftçi, G. ve Çakır, G.** (2017). Trakya turizm rotası projesi: Lezzet rotası üzerine bir değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 194-205.

- Çapar, G. ve Yenipınar, U.** (2016). Somut olmayan kültürel miras kaynağı olarak yöresel yiyeceklerin turizm endüstrisinde kullanılması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4, 100-115.
- Çelik, N.** (2013). Küreselleşmenin Türk toplumunun tüketim alışkanlıkları üzerindeki etkisi. Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Ana Bilim Dalı.
- Çiftçi, N.** (2019). Tören yemeklerinin bilinirliği üzerine kuşaklar arasındaki farklılıkların belirlenmesine yönelik bir araştırma: Afyonkarahisar İli örneği. Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çölbay, Ş. ve Sormaz, Ü.** (2015). Konya'da geçiş dönemlerinde yapılan yöresel mutfak uygulamaları. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 4(4), 1729-1736.
- Çuhadar, M., Küçükyaman, M. A. ve Şaşmaz, M. A.** (2018). Geçmişten günümüze Isparta mutfak kültürü: Nitel bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 125-142.
- Demirel, H. ve Ayyıldız, S.** (2017). Mutfak kültürü ve değişimi; Giresun İli örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 280-298.
- Demirel, H. ve Karakuş, H.** (2019). Balıkesir yeme içme kültürü ve değişimi üzerine bir alan araştırması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1383-1404.
- Demirgöl, F.** (2018). Çadırdan saraya Türk mutfağı. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 105-125.
- Dilsiz, B.** (2010). Türkiye'de gastronomi ve turizm (İstanbul Örneği). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Doğan, S.** (2019). Turizm haftası etkinlikleri kapsamında yöresel yemek yarışmaları: Aksaray örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3), 1958-1982.
- Doğaner, M. S.** (2014). Türkiye iç bölgeleri. *Coğrafya Lisans Programı (s. 1-308)*. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.
- Durand, R., Rao, H. ve Monin, P.** (2007). Code and conduct in french cuisine: Impact of code changes on external evaluations. *Strategic Management Journal*, 28(5), 455-472.
- Durgun, A.** (2006). Bölgesel kalkınmada turizmin rolü: Isparta örneği. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Düzgün, E. ve Durlu Özkaya, F.** (2015). Mezopotamya'dan günümüze mutfak kültürü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 41-47.
- Eliwa, R. A.** (2006). A study of customer loyalty and the image of the fine dining restaurant. *OSU-Electronic Theses and Dissertations (s. 1-117)*. Cairo, Egypt: Oklahoma State University Hospitality Administration.
- Erdem, B. ve Akyürek, S.** (2017). Yeni bir mutfak akımı: Yaşayan mutfaklar. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 103-126.

- Erdoğan Aracı, Ü.** (2016). Türk mutfağı. İçinde H. Kurgun ve D. Bağırın Özşeker, *Gastronomi ve Turizm (Kavramlar-Uygulamalar-Uluslararası Mutfaklar-Reçeteler)* (s. 121-135). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ergan, K., Kızılırmak, İ. ve Ergan, S.** (2020). Gastronomik ürünlerin destinasyon seçimine olan etkisi: Edirne İli örneği. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(3), 1-10.
- Erik, U. ve Pekerşen, Y.** (2018). Konya ilinin coğrafi işaretli gastronomik ürünlerinin bölge turizminin gelişimi açısından değerlendirilmesi. *Journal of Social And Humanities Sciences Research*, 5(31), 4866-4877.
- Ertaş, Y. ve Gezmen Karadağ, M.** (2013). Sağlıklı beslenmede Türk mutfak kültürünün yeri. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(1), 117-136.
- Essid, M. Y.** (2012). History of mediterranean food. *MediTerra (English)*, 51-69.
- Ferguson, P. P.** (1998). A cultural field in the making: Gastronomy in 19th Century France. *American Journal of Sociology*, 104(3), 597-641.
- Gazioğlu Şensoy, R. İ. ve Tutuş, A.** (2017). Tarih boyunca Van ili ve çevresinde bağcılık kültürü. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 22(1), 56-63.
- Genç, R.** (1982). IX. yüzyılda Türk mutfağı. İçinde *Türk Mutfağı Sempozyumu Bildirileri* (s. 57-68). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları.
- Girgin, G. K., Demir, Ö. ve Çetinkaya, V.** (2017). Dünyanın en iyi mutfakları ve Türk mutfağı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 219-229.
- Girgin, G. K., Demir, Ö. ve Çetinkaya, V.** (2017a). Dünyanın en iyi mutfakları ve Türk mutfağı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 219-229.
- Girgin, G. K., Oflaz, M. ve Karaman, N.** (2017b). Türk cumhuriyetlerinden gelen öğrencilerin Türk mutfağı hakkındaki görüşlerinin belirlenmesi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(5), 98-111.
- Giritlioğlu, İ.** (2008). Türk mutfağında zeytinyağı ve zeytinyağının kullanımı. *I. Ulusal Zeytin Öğrenci Kongresi* (s. 100-103). Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu.
- Giritlioğlu, İ. ve Karaman, M.** (2017). Gaziantep mutfağına yerli turistlerin bakış açılarına yönelik bir uygulama. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(14), 390-414.
- Gizerler, M.** (1998). Edirne'de mutfak kültürü. *Kültür ve Sanat*, 39, 3-79.
- Gökçe, F., Sunar, H., Babat, D. ve Gökçe, H.** (2018). Geçmişten günümüze farklı bir lezzet: Hatay ceviz reçeli (Tatlısı). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 890-899.
- Gökçe, K.** (1982). Müsteşar Kemal Gökçe'nin Türk mutfağı sempozyumunu açış konuşması. İçinde *Türk Mutfağı Sempozyumu Bildirileri* (s. 6-9). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları.

- Gökırmaklı, Ç., Balcı, F., Bayram, M., Kaplan, M., Bayram, Ö. ve Tiryakioğlu, A.** (2017). Gaziantep'in bazı geleneksel lezzetlerinin tarihsel gelişimi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 59-69.
- Grigg, D.** (1999). Food consumption in the Mediterranean Region. *Journal of Economic and Social Geography*, 90(4), 391-409.
- Güldemir, O.** (2014). Orta Asya'dan Cumhuriyet dönemine Türk mutfağındaki yemeklerin değişimi: Yazılı kaynaklar üzerinden bir değerlendirme. VII. *Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi (s. 346-358)*. Aydın.
- Güldemir, O. ve Halıcı, N.** (2009). Türk mutfağında geleneksel etli meyve yemekleri. II. *Geleneksel Gıdalar Sempozyumu (s. 565-569)*. Van: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Beslenme Eğitimi Bilim Dalı.
- Güldemir, O., Haklı, G. ve Işık, N.** (2018). Türk Mutfağı'nda kahvaltıda tüketilen çorbalar ve illere göre dağılımı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 39, 56-66.
- Güler, B. ve Özçelik, A. Ö.** (2002). Çalışan ve çalışmayan kadınların yiyecek satın alma-hazırlama davranışları üzerinde bir araştırma. *Ankara Üniversitesi Ev Ekonomisi Mezunları Derneği Yayınları Bilim Serisi: 3*, 2-90, Ankara: Ankara Üniversitesi Basım Evi.
- Güler, S.** (2007). Türk mutfağının değişim nedenleri üzerine genel bir değerlendirme. I. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler (s. 19-28)*. Antalya.
- Güney Marmara Kalkınma Ajansı.** (2020). *Güney Marmara Bölgesini Tanımak İstiyorum*. Alındığı tarih: 10.06.2020, adres: <https://www.gmka.gov.tr/guney-marmara-bolgesini-tanimak-istiyorum>
- Gürbüz, S., Özaltaş Serçek, G. ve Toprak, L.** (2017). Mardin'in UNESCO yaratıcı şehirler ağında "gastronomi kenti" olabilirliğine ilişkin paydaş görüşleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(1), 124-136.
- Gürmen, Ü.** (2000). Türk mutfağı hakkında genel bilgi. İçinde Ü. Gürmen, *Yemek Pişirme Teknikleri ve Uygulaması III (s. 2-319)*. Milli Eğitim Bakanlığı.
- Gürmen, Ü.** (2003). Çorbalar. İçinde Ü. Gürmen, *Yemek Pişirme Teknikleri ve Uygulaması II (s. 3-287)*. Milli Eğitim Bakanlığı.
- Gürsoy, Y.** (2017). Giresun merkez yöresinde gastronomi turizmi üzerine genel bir değerlendirme. *The Journal of International Social Research*, 10(51), 1297-1304.
- Gürsoy, Y.** (2018). Giresun yöresi yemekleri; Taflan kavurması. *TURAN-CSR International Scientific Peer-Reviewed, Refereed Journal*, 10(38), 69-75.
- Güzel, M. O. ve Önçel, S.** (2018). Destinasyonların çekicilik unsuru olmasında gastronomi turizminin rolü: Hatay mutfak kültürü üzerine bir araştırma. *International Gastronomy Tourism Studies Congress (s. 64-78)*.Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi.
- Halıcı, N.** (1983). *Akdeniz bölgesi yemekleri*. Konya: Konya Turizm Derneği.
- Harr, K. K. L.** (2008). Service dimensions of service quality impacting customer satisfaction of fine dining restaurants in Singapore.

- Harrington, R. J., Ottenbacher, M. C. ve Kendall, K. W.** (2011). Fine dining restaurant selection: Direct and moderating effects of customer attributes. *Journal of Foodservice Business Research*, 14(3), 272-289.
- Hatipoğlu, A. ve Batman, O.** (2014). Osmanlı Saray Mutfağı'na ait gastronomik unsurların günümüz Türk mutfağı ile kıyaslanması. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(2), 62-74.
- Hazarhun, E. ve Tepeci, M.** (2018). Coğrafi işarete sahip olan yöresel ürün ve yemeklerin Manisa'nın gastronomi turizminin gelişimine katkısı. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 371-389.
- Hsu, S. H., Hsiao, C. F., ve Tsai, S. B.** (2018). Constructing a consumption model of fine dining from the perspective of behavioral economics. *PLoS one*, 13(4), e0194886.
- Hwang, J. ve Ok, C.** (2013). The antecedents and consequence of consumer attitudes toward restaurant brands: A comparative study between casual and fine dining restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 32, 121-131.
- Ilgaz Büyükbaykal, C.** (2005). Kitle iletişim araçları ve toplumsal yaşam. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 21, 71-75.
- Işık, F. ve Ballı, B.** (2017). Coğrafi işaretli ürünler. *Standard Ekonomik ve Teknik Dergi*, 56(660), 3-63.
- Işık, G. ve Güneş, M.** (2015). Çok kültürlülüğün mirasını geleceğe taşımak: Mardin örneği. *TUCAUM VIII. Coğrafya Sempozyumu (s. 449-462)*.
- Işık, M.** (2012). İletiş ve iletişim teorilerine kavramsal bir bakış. *İçinde Kitle İletişim Teorilerine Giriş (s. 28-111)*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- İbret, Ü., Aydınöz, D. ve Uğurlu, M.** (2015). Kastamonu şehrinde kültür ve inanç turizmi. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 32, 239-269.
- Jabs, J. ve Devine, C. M.** (2006). Time scarcity and food choices: An overview. *Appetite*, 47(2), 196-204.
- Jung, J. M., Sydnor, S., Lee, S. K. ve Almanza, B.** (2015). A conflict of choice: How consumers choose where to go for dinner. *International Journal of Hospitality Management*, 45, 88-98.
- Kabacık, M.** (2019). *Yöresel mutfaklar, Karadeniz Bölgesi Mutfağı*, 4-28. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Kabak, T.** (2018). Yerel mutfaktan ulusal mutfağa Kuymak'ın seyrinin kültür endüstrisi. *Karadeniz Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, 4(6), 347-352.
- Kamber, U.** (2007). The traditional cheeses of Turkey: Mediterranean Region. *Journal Food Reviews Internatioal*, 24(1), 119-147.
- Kapucuoğlu, M. İ. ve Güçlü Nergiz, H.** (2018). Türk mutfağının korunmasında yerel yiyecek kullanımının şeflerin algıları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 812-832.
- Karakaş, M.** (2001). Tüketim kültürü ya da tüketimin yeniden üretimi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 11-27.

- Karamustafa, K., Birdir, K. ve Kılıçhan, R.** (2016). Gastronomik akımlar çerçevesinde gıda tüketim ölçeği. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 29-69.
- Kaya, Ş.** (2016). *Yiyecek içecek işletmelerinde yöresel mutfak uygulamaları: Gaziantep örneği*, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı, Konya, (Yüksek Lisans Tezi), 4-119.
- Kaya, Ş.** (2016). Yiyecek içecek işletmelerinde yöresel mutfak uygulamaları: Gaziantep örneği. Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kaya, Ş. ve Sormaz, Ü.** (2019). Yiyecek içecek işletmelerinde yöresel mutfak uygulamaları: Gaziantep örneği. *Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(2), 305-323.
- Kaypak, Ş. ve Uçar, A.** (2018). Antakya kentinin yemek kültürüne bakışı. *International Journal of Academic Value Studies*, 4(18), 190-202.
- Kesici, M.** (2012). Kırsal turizme olan talepte yöresel yiyecek ve içecek kültürünün rolü. *KMÜ Sosyal ve Ekonomi k Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 33-37.
- Kılıç, S. ve Albayrak, A.** (2012). İslamiyetten önce Türklerde yiyecek ve içecekler. *International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 7(2), 707-716.
- Kılıçhan, R. ve Köşker, H.** (2015). Destinasyon markalaşmasında gastronominin önemi: Van kahvaltısı örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 102-115.
- Kılınc, O. ve Kılınc, U.** (2018). Yöresel gastronomik değerlerin ürüne dönüşme düzeyi: Antalya il merkezi restoran menüleri üzerine bir inceleme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 394-410.
- Kızıldemir, Ö.** (2019). Afyonkarahisar mutfak kültürü üzerine bir değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 647-663.
- Kızıldemir, Ö., Öztürk, E. ve Saruşık, M.** (2014). Türk mutfak kültürünün tarihsel gelişiminde yaşanan değişimler. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(3), 191-210.
- Kızıldemir, Ö., Öztürk, E. ve Saruşık, M.** (2017). Cumhuriyet dönemi Türk mutfak kültürünün özellikleri ve yaşanan değişimler. *IV. Ulusal II. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu (s. 349-356)*. Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu.
- Koşay, H. Z.** (1982). Eski Türklerin ana yurdu ve yemek adları. *İçinde Türk Mutfağı Sempozyumu Bildirileri (s. 47-56)*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları.
- Köksal, A.** (2017). Ege bölgesinin turizm coğrafyası. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 32(1-2), 57-61.
- Koroğlu, Ö., Manav, S. ve Karaca, K. Ç.** (2018). Turizm rehberliği öğrencilerinin "Türk Mutfağı" kavramına ilişkin algıların metaforlar yöntemi ile belirlenmesi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 10(2), 114-129.

- Köymen, M. A.** (1982). Selçuklular zamanında beslenme şekli. İçinde *Türk Mutfağı Sempozyumu Bildirileri* (s. 35-47). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları.
- Közleme, O.** (2012). *Türk mutfak kültürü ve din*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, (Doktora Tezi), 2-228.
- Kutluay Merdol, T.** (1997). Yabancı gözünde Türklerin beslenme alışkanlıkları. İçinde K. Toygar, *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar* (s. 119-138). Ankara: Türk Mutfak Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayın No: 20.
- Küçükyaman, M. A., Şen Demir, Ş. ve Bulgan, G.** (2018). Mutfak şeflerinin yöresel ürünlere ilgisi: Isparta örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 86-103.
- Külekcı, M., Topaloğlu, A. ve Aksoy, A.** (2006). Dondurulmuş gıda tüketimini etkileyen sosyo-ekonomik özelliklerin belirlenmesi; Erzurum ili örneği. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 37(1), 91-101.
- Lunberg, D.** (1989). *The hotel and restaurant business*. New York, USA: Van Nostrand Reinhold.
- Maviş, F.** (2003). Türk mutfağı hakkında genel bilgi. İçinde F. Maviş, *Endüstriyel Yiyecek Üretimi* (s. 1-238). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Memiş, E. ve Ersoy, Y.** (2007). Geleneksel gıda muhafaza yöntemleri. *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi* (s. 877-892).
- Mercan, P. ve Çetinkaya, Ç.** (2009). Küreselleşmenin aile yapısı, kadının toplumdaki yeri ve kadın eğitimi üzerine etkileri. *International Congress on Intercultural Dialogue and Education at the Beginnings of the 21st Century* (s. 133-182). Bursa: Uludağ Üniversitesi.
- Meydan, F.** (1989). Türk mutfağı. *Milli Folklor Uluslararası Kültür Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 2-31.
- Mızrak, M.** (2018). *Yöresel yemekler ne kadar yöresel? Kastamonu mutfağı için bir sorgulama*, Kastamonu: Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Mil, B. ve Denk, E.** (2015). Erzurum mutfağı yöresel ürünlerin otel restoran menülerinde kullanım düzeyi: Palandöken örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 5(2), 1-7.
- Nar, M. Ş.** (2015). Küreselleşmenin tüketim kültürü üzerindeki etkisi: Teknoloji tüketimi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(37), 941-954.
- Ng, S. W. ve Dunford, E.** (2013). Complexities and opportunities in monitoring and evaluating US and global changes by the food industry. *World Obesity*, 14(52), 29-41.
- Njite, D., Dunn, G., ve Hyunjung Kim, L.** (2008). Beyond good food: What other attributes influence consumer preference and selection of fine dining restaurants ?. *Journal of Foodservice Business Research*, 11(2), 237-266
- Oğur, Ü.** (2019). Kutsal zaman olarak ramazan ayının sokak kültürüne yansıması: Van örneği. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 44, 109-130.

- Önçel, S.** (2015). Türk mutfağı ve geleceğine ilişkin değerlendirmeler. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(4), 33-44.
- Özdemir, B.** (2003). Antalya yöresindeki konaklama işletmelerinde Türk, Fransız ve İtalyan mutfaklarının karşılaştırılmasına yönelik bir araştırma. *Doğu Akdeniz Üniversitesi Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1-2), 37-58.
- Özdemir, B. ve Kınay, F.** (2004). Yabancı ziyaretçilerin Türk mutfağına ilişkin görüşleri: Antalya'yı ziyaret eden Alman ve Rus turistler üzerine bir araştırma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(2), 5-28.
- Özdemir, M. A. ve Kervankıran, İ.** (2012). Afyonkarahisar ilinin turizm gelişimi ve çekicilikleri. *Afyon Kocatepe University Journal of Social Sciences*, 14(1), 124-140.
- Özer, Ç. ve Atay, E.** (2017). Investigation of local cuisine culture in Turkey by regions and the importance in rural tourism. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 7(2), 17-21.
- Özer, H., Turan, Ö. ve Yener, S.** (2018). Zonguldak yöresel yemek isimleri üzerine inceleme. *Electronic Turkish Studie*, 13(12), 341-361.
- Özgen, N.** (2010). Doğu Anadolu Bölgesi'nin doğal turizm potansiyelinin belirlenmesi ve planlamaya yönelik öneriler. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7(10), 1408-1438.
- Özğüneş, R. E. ve Bozok, D.** (2017). Gözde bir destinasyon mutfağı: Bodrum'un yöresel lezzetleri. İçinde *Gastronomi Üzerine Araştırmalar* (s. 359-372). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özken, N. ve Özde, K.** (2012). Ege'nin geleceği bereketli toprağında şekilleniyor. *EGİAD Yarıyıl*, 34, 24-210.
- Özleyen, E. ve Tepeci, M.** (2017). Manisa'da yöresel yemeklerin ve lezzetlerin turizmin gelişimine katkısının belirlenmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 139-152.
- Öztürk, B. ve İşevcan Ertamay, S.** (2017). 21. yüzyıla doğru Türk gastronomisi ve geçmişten günümüze gelişiminin etkileri. İçinde L. Toprak, 18. *Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, 18-22 Ekim 2017, Mardin* (s. 756-764). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Öztürk, İ. ve Arıkan, V.** (2018). Kırsal turizm kapsamında Sivas'ın yöresel mutfağı. *International Rural Tourism and Development Journal*, 2(1), 23-28.
- Parlak Kalkan, G.** (2015). "Gaziantep" adı üzerine. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(9), 102-107.
- Polat Üzümcü, T. ve Denk, E.** (2019). Erzurum ile özdeşleşmiş bir lezzet: Oltu cağ kebabı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 463-483.
- Popkin, B. M.** (2006). Technology, transport, globalization and the nutrition transition food policy. *Food Policy*, 31(6), 554-569.
- Pusch, B., Schönig, C. ve Yumul, A.** (2016). *Cultural changes in the Turkic world. Istanbul Texts and Studies*. Würzburg: Ergon Verlag, 24-178,

- Röhr, A., Lüddecke, K., Drusch, S., Müller, M. J., ve Alvensleben, R. V.** (2005). Food quality and safety consumer perception and public health concern. *Food control*, 16(8), 649-655.
- Ruel, M. T., Haddad, L. ve Garrett, J. L.** (2001). Rapid urbanization and the challenges of obtaining food and nutrition security. İçinde *Nutrition and Health* (s. 465-482). Totowa, NJ: Humana Press.
- Safi, İ., Atnur, G. ve Küçük yıldız, D.** (2020). Dışarıda yeme kültürü ve lokantalar: Rize örneği. *Mukaddime*, 11(1), 124-153.
- Sağlam, S.** (2006). Türkiye'de iç göç olgusu ve kentleşme. *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları (HÜTAD)*, 5, 33-44.
- Sahilli Birdir, S. ve Yıldız Kale, E.** (2014). Restoran işletmelerinde yenilik uygulamaları: Mersin ve Adana örneği. *Journal of Travel and Hospitality Management*, 11(3), 57-72.
- Samancı, Ö.** (2008). *İmparatorluğun son döneminde İstanbul ve Osmanlı saray mutfak kültürü, Türk mutfağı*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 199-219.
- Sarı, İ.** (2017a). *Akdeniz Bölgesi yemek tarifleri*. Net Medya Yayıncılık, Antalya, 2-80.
- Sarı, İ.** (2017b). *Marmara Bölgesi Yemek Tarifleri*. Net Medya Yayıncılık, Antalya.
- Sarı, N.** (1982). Osmanlı sarayında yemeklerin mevsimlere göre düzenlenmesi ve devrin tababetiyle ilişkisi. İçinde *Türk Mutfağı Sempozyumu Bildirileri* (s. 245-257). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları.
- Sarıkaya, N. ve Korkmaz, N.** (2012). Kültürel farklılıkların dondurulmuş gıda tüketim kalıplarına etkisi: Polonya-Türkiye karşılaştırması. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 47-79.
- Satterthwaite, D., McGranahan, G. ve Tacoli, C.** (2010). Urbanization and its implications for food and farming. *Philosophical Transactions of the Royal Society B*, 365, 2908-2820.
- Savaş, G.** (2004). Kitle iletişim araçlarına eleştirel bir yaklaşım. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 1(1), 3-5.
- Seçim, Y.** (2018). Selçuklu ve Osmanlı mutfağının gastronomi açısından değerlendirilmesi. *Journal of Tourism Theory and Research*, 4(2), 122-132.
- Seçim, Y. ve Esen, M. F.** (2020). Konya mutfağında yer alan yöresel yemeklerin işletme menülerinde yer alma düzeylerinin tespit edilmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 279-294.
- Seçim, Y. ve Uçar, G.** (2017). Evaluation of the Desserts; Which are Hosmerim, Cheese Halva, Kunafah. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(5), 1478-1484.
- Serçeoğlu, N.** (2014). Yöre halkının mutfak kültürünü tanıma durumunun tespit edilmesi: Erzurum ili örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 36-46.

- Sert, A. N.** (2019). The effect of local food on tourism: Gaziantep Case. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18, 1611-1625.
- Sevim, S. ve Güllü, Y. A.** (2019). Anadolu Selçuklu Dönemi yerli ve yabancı kaynaklarında Anadolu'da gıda ve gıda üretimi üzerine bir değerlendirme. *TESAM Akademi Dergisi*, 6(1), 341-358.
- Sevimli, Y. ve Sönmezdağ, A. S.** (2017). Özel gün tatlıları: Kültür turizmi açısından önemi. *International Rural Tourism and Development Journal*, 1(2), 18-28.
- Seyitoğlu, F. ve Çalışkan, O.** (2014). Turizm literatüründe Türk mutfağı üzerine yapılan araştırmaların değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4), 23-35.
- Sezgin, A. ve Ayyıldız, S.** (2018). Gastronomi alanında vejetaryen/vegan yaklaşımı; Giresun Yöre Mutfağı'nın vejetaryen mutfak kapsamında incelenmesi. *Uluslararası Türk-Rus Dünyası Akademik Araştırmaları Kongresi (s. 503-533)*. Ankara.
- Sivri, Ü.** (2018). Yerel basına göre Afyonkarahisar (1946-1960). Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Solmaz, Y.** (2018). Türk mutfak kültürü ve beslenme alışkanlıkları üzerine bir değerlendirme. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 108-124.
- Solmaz, Y. ve Dülger Altın, D.** (2018). Türk mutfak kültürü ve beslenme alışkanlıkları üzerine bir değerlendirme. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 108-124.
- Sormaz, Ü.** (2015). İstanbul'da yiyecek içecek sektöründe hizmet veren işletmelerin Türk mutfağı uygulamaları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 48-54.
- Sökmen, A.** (2011). Örgütsel vatandaşlık davranışı cinsiyete göre farklılık gösterir mi? otel işletmeleri açısından bir değerlendirme. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 147-163.
- Sökmen, A.** (2014). *Yiyecek içecek hizmetleri yönetimi ve işletmeciliği*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Sözer, A. N.** (1984). Güneydoğu Anadolu'nun doğal çevre şartlarına coğrafi bir bakış. *Ege Coğrafya Dergisi*, 2(1), 8-30.
- Srinivasan, S. ve Shende, K. M.** (2015). A study on the benefits of convenience foods to working women. *Atithya: A Journal of Hospitality*, 1(1), 56-63.
- Sürücüoğlu, M. S. ve Akman, M.** (1998). Türk mutfağının tarihsel gelişimi ve bugünkü değişim nedenleri. *Ekonomik ve Teknik Dergi Standard*, 37(439), 5-89.
- Sürücüoğlu, M. S. ve Özçelik, A. Ö.** (2007). Türk mutfak ve beslenme kültürünün tarihsel gelişimi. *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi (s. 1289-1309)*.
- Şanlier, N.** (2005). Yerli ve yabancı turistlerin Türk mutfağı hakkındaki görüşleri. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(1), 213-227.

- Şavkay, T.** (2000). *Osmanlı mutfağı*. Şekerbank T.A.Ş.
- Şengül, S.** (2017). Türkiye'nin gastronomi turizmi destinasyonlarının belirlenmesi: Yerli turistler üzerine bir araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(37), 375-396.
- Şengül, S. ve Türkay, O.** (2015). Bölge restoran menülerinin belirlenmesinde "Yöresel Mutfaklar" eğitiminin kullanılması: Mudurnu örneği. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 5(5), 1-6.
- Şengül, S. ve Türkay, O.** (2016). Akdeniz mutfak kültürünün gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 86-99.
- Şengün, T. ve Boyraz, Z.** (2008). Doğu ve Güney Doğu Anadolu bölgesinin doğal ortam özelliklerinin terör faaliyetleri ve sınır güvenliği açısından değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 13(20), 269-278.
- Şeren Karakuş, S., Ceyhun Sezgin, A. ve Şanlıer, N.** (2015). Türk mutfağında kullanılan et ve etli yemek çeşitlerinin yapımı ve sağlık açısından değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 62-68.
- Şimşek, A., Türkmendağ, T. ve Türkmendağ, Z.** (2017). Unutulmaya yüz tutmuş yöresel yemeklerin turizm potansiyeli sağlamadaki önemi: Sivas ili örneği. *International Congress on Cultural Heritage and Tourism* (s. 738-746).
- Talas, M.** (2005). Tarihi süreçte Türk beslenme kültürü ve Mehmet Ersöz'e göre Türk yemekleri. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 273-283.
- Tapur, T.** (2009). Konya ilinde kültür ve inanç turizmi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(9), 473-492.
- Teyin, G., Aslan, N., Sormaz, Ü., Pekerşen, Y. ve Nizamlıoğlu, H. F.** (2017). Turizm sektöründe etnik restoranlar: İstanbul örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 77-87.
- Tezcan, M.** (1982). Türklerde yemek yeme alışkanlıkları ve buna ilişkin davranış kalıpları. İçinde *Türk Mutfağı Sempozyumu Bildirileri* (s. 113-132). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları.
- Toprak, L., Çelikel Güngör, A. ve Gürbüz, S.** (2018). Yerel yemekler: Mardin örneği. *Anadolu Uluslararası Multidisipliner Çalışmalar Kongresi* (s. 711-714). Diyarbakır: UBAK Uluslararası Bilimler Akademisi.
- Toygar, K.** (1982). Değişen Türk mutfağı. İçinde *Türk Mutfağı Sempozyumu Bildirileri* (s. 2-257). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları.
- Toygar, K.** (1997). Türk mutfağında mercimek ve nohut yemekleri. İçinde *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar* (s. 49-56). Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayın NO:20.
- Tsaur, S. H., ve Lo, P. C.** (2020). Measuring memorable dining experiences and related emotions in fine dining restaurants. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 29(8), 887-910.

- Tuç, Z. ve Özkanlı, O.** (2017). Resource about reshaping of food and beverage culture by social media: Sample Gaziantep city. *Rewieved Journal of Urban Culture and Management*, 10(2), 216-239.
- Tuncer, İ.** (2017). Yiyecek içecek işletmelerinde hizmet kalitesi boyutları ve ölçeklerinin incelenmesi. *International Journal of Academic Value Studies*, 3(16), 321-329.
- Turan, B. ve Akoğul, E.** (2019). Gastronomi turizmine arz kaynağı oluşturabilecek ürünlerin belirlenmesi: Erzurum mutfağı örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(92), 370-384.
- Turmo, I. G.** (2012). The mediterranean diet: Consumption, cuisine and food habits. *MediTerra (English)*, 115-132.
- Türk, H. ve Şahin, K.** (2004). Antakya geleneksel yemek kültürü. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(2), 429-1304.
- Türkan, C.** (2012). Taze sebze ve meyveler. İçinde C. Türkan, *Mutfak Teknolojisi* (s. 1-324). Bolu: Cemal Türkan Yayınları.
- Ulaş Kadioğlu, B.** (2019). Küreselleşmeyle artan fast food ve küreselleşmeye karşı slow food. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(95), 204-213.
- Ulusoy, A. ve Vural, T.** (2001). Kentleşmenin sosyo ekonomik etkileri. *Belediye Dergisi*, 7(12), 8-14.
- Ural, A ve Kılıç, İ.** (2018). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi, Detay Yayıncılık: Ankara.
- Ünal Şengör, G. F. ve Ceylan, Z.** (2018). Türk mutfağında su ürünleri kültürü ve önemi. *Acta Aquatica Turcica*, 14(4), 386-398.
- Ünal, M. ve Zavalı, Y. S.** (2016). Küreselleşme karşıtı bir hareket: Yavaş hareketi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 1-24.
- Ünal, Y.** (2009). Tüketim toplumuna geçişte televizyonun sosyo-ekonomik rolü. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Sinema-Tv Altsanat Dalı.
- Voon, B. H.** (2012). Role of service environment for restaurants: the youth customers' perspective. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 38, 388-395.
- Yalım Kaya, S. ve İlhan, S.** (2018). Toplu yemek (hazır yemek) sektöründe yaşanan problemler ve çözüm önerileri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 553-581.
- Yaşar, Z.** (2019). Kastamonu'da yöresel yiyecek içecek hizmeti sunan restoranlara ilişkin tüketici şikâyetlerinin değerlendirilmesi: Tripadvisor örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 241-250.
- Yavuz, Ş.** (2013). Türk toplumunun tüketim toplumuna dönüşümünde reklamcılığın rolü. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (36), 220-240.
- Yazgan Serinkaya, E.** (2017). Mutfak kültürünün Gaziantep'in geleneksel konutlarında incelenmesi. *Artium*, 5(1), 27-41.
- Yerasimos, S.** (2002). *Sultan sofraları 15. ve 16. yüzyılda Osmanlı saray mutfağı*. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

- Yıldırım, M. ve Sönmezdağ, A. S.** (2018). Gaziantep yöresel yemeklerinden alaca çorbanın tanımlayıcı duysal, temel bileşen ve kümeleme analizleri ile karakterizasyonu. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 563-577.
- Yıldız, Ö. ve Sarıbaş, Ö.** (2019). Tasting Gaziantep: how local food shapes sense of place. *Business & Management Studies: An International Journal*, 7(5), 2872-2890.
- Yüce, N.** (2018). Destinasyon imajında yerel mutfağın önemi: Kastamonu ili örneği. Kastamonu: Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yücel, E., Yücel Şengün, İ. ve Çoban, Z.** (2012). The wild plants consumed as a food in Afyonkarahisar/Turkey and consumption forms of these plants. *Biological Diversity and Conservation*, 5(2), 95-105.
- Zaman, S. ve Kayserili, A.** (2015). The role of geographical signs in gastronomy tourism: A case study of Erzurum Cag Kebab. *International Journal of Academic Research in Environment and Geography*, 2(1), 40-45.
- Zengin, B. ve Işkın, M.** (2017). Yerel mutfakların gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi: Sivas örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(40), 404-415.

İnternet

- Hürriyet.** (2019). *Tadı Damagınızda Kalacak Mardin Yemekleri*. Alındığı Tarih: 20.07.2020, adres: <https://www.hurriyet.com.tr/lezizz/galeri-tadi-damaginizda-kalacak-mardin-yemekleri-36921298>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı.** (2019). İstanbul Turizm İstatistikleri. Alındığı tarih: 23.01.2021, adres: <https://istanbul.ktb.gov.tr/TR-276894/istanbul-turizm-istatistikleri2019.html>
- Mikla Restoran,** (2021). Fine dinign restoran yemeği. Alındığı tarih: 27.01.2021, adres: <https://www.miklarestaurant.com/tr>
- T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı.** (2020e). Alındığı tarih: 20.07.2020, adres: <https://mardin.ktb.gov.tr/>
- T.C. Balıkesir Valiliği.** (2020). *Sofradaki Balıkesir*. Alındığı tarih: 10.06.2020, adres: <http://www.balikesir.gov.tr/sofradaki-balikesir>
- T.C. Edirne Valiliği.** (2020). *Badem Ezmesi*. Alındığı tarih: 28.06.2020, adres: <http://www.edirne.gov.tr/badem-ezmesi>
- T.C. Gaziantep Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.** (2020). *Gaziantep Mutfağı*. Alındığı Tarih: 20.07.2020, 4-44.
- T.C. Isparta Valiliği.** (2020, 06 30). Isparta. Alındığı tarih: 30.06.2020, adres: <http://www.isparta.gov.tr/isparta>
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.** (2020a). *Tava Ciğer*. Alındığı tarih: 28.05.2020, adres: <https://edirne.ktb.gov.tr/TR-90056/tava-ciger.html>
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.** (2020b). *Gelecoş*. Alındığı tarih: 12.05.2020, adres: <https://giresun.ktb.gov.tr/TR-215444/gelecos.html>

- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.** (2020c). *Ne Yenir?* Alındığı tarih: 30.06.2020, adres: <https://kastamonu.ktb.gov.tr/TR-168435/ne-yenir.html>
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.** (2020ç). *Isparta Yemekleri.* Alındığı tarih: 30.06.2020, adres: <https://isparta.ktb.gov.tr/TR-264959/isparta-yemekleri.html>
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.** (2020d). *Ne Yenir?* Alındığı tarih: 09.07.2020, adres: <https://erzurum.ktb.gov.tr/TR-56088/ne-yenir.html>
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.** (2020f). *Coğrafya.* Alındığı tarih: 24.07.2020, adres: <https://manisa.ktb.gov.tr/TR-72961/cografya.html>
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.** (2020g). *Ne Yenir?* Alındığı tarih: 24.07.2020, adres: <https://afyon.ktb.gov.tr/TR-63518/ne-yenir.html>
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.** (2020ğ). *Konya Mutfağı.* Alındığı tarih: 01.08.2020, adres: https://konyakultur.gov.tr/index.php?route=modules/items&item_id=9
- T.C. Mardin Valiliği.** (2020). *Yemek Kültürü.* Alındığı tarih: 20.07.2020, adres: <http://www.mardin.gov.tr/kulturel-bilgiler>
- Türkiye Cumhuriyeti Çevre ve Şehircilik Bakanlığı.**(2020). *Marmara Bölgesi Coğrafi Özellikleri.* Alındığı tarih: 10.06.2020, adres: <https://mthmm.csb.gov.tr/bolgemiz-i-85694>

EKLER

Ek-A:Etik Kurul Onayı



Ek-B:Görüşme Formu

Tarih:	Görüşme Başlama Saati:
Katılımcı Kodu:	Görüşme Bitiş Saati:
<p>GİRİŞ: Bu araştırma İstanbul Gedik Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Programı Yüksek Lisans Tezi kapsamında yürütülmektedir. Araştırmanın amacı, İstanbul'da faaliyet gösteren belirlenen Fine Dining Restoranlarda Türk Mutfağının yerini belirlemektir. Fine Dining restoranların Türk Mutfak Kültürüne uyarlanabilirliğini saptamaya yönelik yapılan araştırmada sadece veriler bilimsel amaçla kullanılacaktır. Bu araştırma çerçevesinde sizinle bir görüşme gerçekleştirilmesi istenmektedir.</p> <p>Görüşmenin yaklaşık olarak 15 – 20 dakika süreceği tahmin edilmektedir. Görüşmenin kayıt altına alınması katılımcının izni doğrultusunda gerçekleştirilecektir. Görüşme, onayınız doğrultusunda ses kayıt cihazı/kamera aracılığı ile kayıt altına alınacaktır. Katılımcı izin vermezse araştırmacı notlar olarak görüşmeyi gerçekleştirecektir. Saygılarımızla.</p> <p>Dr. Öğr. Üyesi Nihan YARMACI Seçil Top İstanbul Gedik Üniversitesi İstanbul Gedik Üniversitesi</p> <p>1. Bölüm Demografik ve Kişisel Bilgiler</p> <p>Eğitim Düzey ve Alanı:</p> <p>Mutfak Eğitimi:</p> <p>Sektör Deneyim Süresi:</p>	

2. Bölüm Fine Dining ve Türk Mutfağı ile İlgili Görüşme Soruları

- 1- Müşteri profiliniz hakkında bilgi verir misiniz?
- 2- Menüde müşterilerinizin en çok tercih ettiği yemek hangisidir?
- 3- Menü fiyatlandırmasına etki eden faktörler nelerdir? Pahalı bulunuyor mu ?
- 4- Menüde hangi mutfakları ağırlıklı olarak tercih ediyorsunuz?
- 5- Menüde Türk Mutfağına yer veriyor musunuz? Menüde Türkiye’de hangi yöre mutfağının etkisi daha fazladır?
- 6- Türk Mutfağının tanıtımı ile ilgili neler yapılmalıdır?
- 7- Fine Dining nedir?
- 8- Fine dining şefin yaratıcılığına katkı sağlayan bir konsept midir?
- 9- Türkiye’de ki fine dining Restoranlar konseptine uygun olarak hizmet vermekte midir?
- 10- Türk Mutfak kültürünün tanıtımında fine dining restoranların katkısı nedir?
- 11- Türk ve diğer ülke vatandaşlarının fine dining konseptine bakış açısı nasıldır?
- 12- Türkiye’de ve Dünya da yer alan fine dining restoranların arasındaki fark nedir?

ÖZGEÇMİŞ

Ad-Soyad :Seçil TOP

ÖĞRENİM DURUMU:

- **Lisans** :2018, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulu, Gastronomi Bölümü
- **Yükseklisans** : 2021, İstanbul Gedik Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Programı

TEZDEN TÜRETİLEN YAYINLAR:

- **Makale**
Top, Seçil., Yarmacı, Nihan.,(2021). Fine Dining Restoranlarda Türk Mutfağının Yeri: İstanbul Örneği. Tourism and Gastronomy Studies (JOTAGS) Volume:9, Issue:1, March, İstanbul.