

ISSN: 2148-2489



ASOS JOURNAL

The Journal of Academic Social Science

YIL: 5 SAYI:39

Editör

Dr. Özcan BAYRAK

Editör Yardımcıları

Dr. Rahil NECEFOV

Dr. Celal EMANET

Arş. Gör. Esra BAYRAK





ASOS JOURNAL

The Journal of Academic Social Science

Editör

Dr. Özcan BAYRAK

Editör Yardımcıları

Dr. Rahil NECEFOV

Dr. Celal EMANET

Arş. Gör. Esra BAYRAK

ASOSJOURNAL (The Journal of Academic Social Science) uluslararası hakemli bir dergi olup ayda 1 kez yayınlanır. **ASOSJOURNAL (The Journal of Academic Social Science) Dergisi**, sosyal bilimlerin her alanından yazı yayınlayan bir dergidir. Bu çerçevede özgün bilimsel makaleler, çeviriler, çeviri-yazılar, röportajlar, kitap, makale, sempozyum, panel ve bilimsel etkinlik tanıtma çalışmaları ile nekroloji metinleri yayınlar. Ayrıca, sunulduğu yer, toplantı ve tarihin kaydedilmesi ile başka bir yerde yayınlanmamış olması şartıyla sempozyum bildirimleri de yayınlanabilir. Ancak bu yayın etkinliğinden kaynaklanması muhtemel herhangi bir sorunun sorumluluğu yazara aittir. Yayınlanması için **ASOSJOURNAL (The Journal of Academic Social Science) Dergisi'ne** gönderilen yazıların basım ve yayın hakları dergiye devredilmiş olur. Bu yazılar dergi yönetiminden izin alınmaksızın bir başka yayın organında yayınlanamaz, çoğaltılamaz ve kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

ASOSJOURNAL (The Journal of Academic Social Science) Dergisi, yayınlamış olduğu metinleri çeşitli mecralarda yayınlatabilir. **ASOSJOURNAL (The Journal of Academic Social Science) Dergisi'ne** gönderilmiş yazılardan kaynaklanması muhtemel herhangi bir yasal, hukuksal, ekonomik ve etik sorumluluk, söz konusu yazı yayınlanmış olsa bile yazarlarına aittir. Dergi herhangi bir yükümlülük kabul etmez. **ASOSJOURNAL (The Journal of Academic Social Science) Dergisi'nin** yayın dili Türkçe olmakla birlikte İngilizce, Almanca, Fransızca, Arapça, Farsça vb. dillerden gelen yazılar da değerlendirmeye tabi tutulur ve hakemler tarafından yayımlanması uygun görüldüğü takdirde yayınlanır.

www.asosjournal.com / asosjournal@gmail.com

ISSN: 2148-2489 YIL: 5 / SAYI: 39



ASOS JOURNAL
The Journal of Academic Social Science

ASOSJOURNAL
Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi
The Journal of Academic Social Science

DERGİ YÖNETİMİ

Editör

Dr. Özcan BAYRAK

Editör Yardımcıları

Dr. Rahil NECEFOV Dr. Celal EMANET Arş. Gör. Esra BAYRAK

Alan Editörleri

Dr. Nuran ÖZLÜK	Türk Dili ve Edebiyatı	Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Dr. Cengiz ÖZMEN	Tarih	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Dr. İbrahim ÇANKAYA	Sosyoloji	Uşak Üniversitesi
Dr. Rahil NECEFOV	Felsefe	Azerbaycan Milli İlimler Akademisi
Dr. Murat SUNKAR	Coğrafya	Fırat Üniversitesi
Dr. Ömer Tuğrul KARA	Türkçe Eğitimi	Çukurova Üniversitesi
Dr. Onur KÖKSAL	Eğitim Bilimleri	Selçuk Üniversitesi
Dr. Vedat AKTEPE	İlköğretim	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Murat KUL	Beden Eğitimi	Bartın Üniversitesi
Dr. Derya YILMAZ	Arkeoloji	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Dr. Mutlu TÜRKMEN	Beden Eğitimi	Bartın Üniversitesi
Dr. Bülent ÖZKAN	Dil Bilim	Mersin Üniversitesi
Dr. İsmail BEKÇİ	İşletme / İktisat	Nevşehir Üniversitesi
Dr. Tahir ÇELİKBAĞ	Güzel Sanatlar	Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Dr. Serdar TUNA	Resim - İş Eğitimi	Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Dr. Gülay KARŞICI	Müzik Bilimi	Marmara Üniversitesi
Dr. Süleyman KARACELİL	İslami İlimler	Adıyaman Üniversitesi
Dr. Ahmet AKKAYA	Yabancılarla Türkçe Öğr.	Adıyaman Üniversitesi
Dr. Nesrin DELİKTAŞLI	Fransızca Müt. Terc. ABD	İstanbul Üniversitesi
Dr. Eyüp AKÇETİN	Yönetim Bil. Sis.	Balıkesir Üniversitesi
Dr. Oktay KIZILKAYA	İktisat	Ahi Evran Üniversitesi
Dr. Ahmet KURNAZ	Özel Eğitim	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Dr. Fevzi RENÇBER	İlahiyat	Şırnak Üniversitesi
Dr. Kemal ÖZGEN	Matematik Eğitimi	Dicle Üniversitesi
Dr. Fatma ÜNAL	Sosyal Bilgiler Eğt. ABD	Bartın Üniversitesi
Dr. Nalan ECE	Muhasebe - Finans	Çanakkale Onsekiz Mart Üniv.
Dr. Selahattin GÖNEN	Fizik Eğitimi	Dicle Üniversitesi



Dr. Selçuk SEÇKİN	Sanat Tarihi	Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi
Dr. Barış ÇAYCI	Fen Eğitimi	Niğde Üniversitesi
Dr. H. Derya CAN	Hindoloji	Ankara Üniversitesi
Dr. Aşkın HATUNOĞLU	Psikoloji	Katip Çelebi Üniversitesi
Dr. Emine KOCA	Moda Tasarımı	Gazi Üniversitesi
Dr. Umut BALCI	Alman Dili Eğitimi	Batman Üniversitesi
Dr. Sevgi Sümerli SARIGÜL	Dış Ticaret ve Pazarlama	Erciyes Üniversitesi
Dr. Kasım TATLILIOĞLU	Gelişim Psikolojisi	Bingöl Üniversitesi
Dr. Yusuf GENÇ	Sosyal Hizmetler	Sakarya Üniversitesi
Dr. Mustafa YAĞBASAN	Genel Gazetecilik	Fırat Üniversitesi

Yabancı Dil Uzmanları

Okt. Ufuk KÖSE	Adıyaman Üniversitesi
Okt. Özge GÜMÜŞ	Adıyaman Üniversitesi
Dr. Erkan ZENGİN	Hacettepe Üniversitesi

İndeks Sorumlusu

Dr. Celal EMANET	GSIC New Jersey USA
Dr. Onur KÖKSAL	Selçuk Üniversitesi
Hasan KIZILDAĞ	Fırat Üniversitesi

Grafik Tasarım

Öğr. Bülent POLAT	Milli Eğitim Bakanlığı
-------------------	------------------------

Hukuk Danışmanı

Avk. Bülent KAYALI

DANIŞMA KURULU

- Prof. Dr. Mustafa S. KAÇALIN - Marmara Üniversitesi - İstanbul / Türkiye
Prof. Dr. İsmail BEKÇİ - Nevşehir Üniversitesi - Nevşehir / Türkiye
Prof. Dr. İbrahim KAVAZ - Bitlis Eren Üniversitesi - Bitlis / Türkiye
Prof. Dr. Süleyman ÇALDAK - İnönü Üniversitesi - Malatya / Türkiye
Prof. Dr. Fenüze NURİEVA - Kazan Federal Üniversitesi - Kazan / Tataristan
Prof. Dr. Ali AKAR - Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi - Muğla / Türkiye
Prof. Dr. İsmet EMRE - Bartın Üniversitesi - Bartın / Türkiye
Prof. Dr. Mehmet TÖRENEK - Atatürk Üniversitesi - Erzurum / Türkiye
Prof. Dr. H. Dilek BATIŞLAM - Çukurova Üniversitesi - Adana / Türkiye
Prof. Dr. Alemdar YALÇIN - Gazi Üniversitesi - Ankara / Türkiye
Prof. Dr. Füsun TOPSÜMER - Ege Üniversitesi - İzmir / Türkiye
Prof. Dr. Zümrüt KULİZADE - Anas Institute - Bakü / Azerbaycan
Prof. Dr. Muhittin ELİAÇIK - Kırıkkale Üniversitesi - Kırıkkale / Türkiye
Prof. Dr. Minaxanım Niriyeve TEKELİ - Qafqaz Üniversitesi - Bakü / Azerbaycan



Prof. Dr. S. Burak ARZOVA - Marmara Üniversitesi - İstanbul / Türkiye
Prof. Dr. İsmail ÖZSOY - Fatih Üniversitesi - İstanbul / Türkiye
Prof. Dr. Tahir BALCI - Çukurova Üniversitesi - Adana / Türkiye
Prof. Dr. Turgut Hacı ZEYREK - Karadeniz Teknik Üniversitesi - Antalya / Türkiye
Prof. Dr. Mimar TÜRKKAHRAMAN - Akdeniz Üniversitesi - Antalya / Türkiye
Prof. Dr. Şebnem R. Temir G. - Haliç Üniversitesi - İstanbul / Türkiye
Prof. Dr. Mehmet Fatih KÖKSAL - Ahi Evran Üniversitesi - Kırşehir / Türkiye
Prof. Dr. Turan ÖNDEŞ - Atatürk Üniversitesi - Erzurum / Türkiye
Prof. Dr. H. Ahmet ÖZDEMİR - Necmettin Erbakan Üniversitesi - Konya / Türkiye
Prof. Dr. Tuncer ASUNAKUTLU - Sıtkı Koçman Üniversitesi - Muğla / Türkiye
Prof. Dr. Hamza GÜNDOĞDU - Sakarya Üniversitesi - Sakarya / Türkiye
Prof. Dr. Ümit Gücenme GENÇOĞLU - Uludağ Üniversitesi - Bursa / Türkiye
Prof. Dr. Yılmaz KURT - Ankara Üniversitesi - Ankara / Türkiye
Prof. Dr. Ali YAKICI - Gazi Üniversitesi - Ankara / Türkiye
Prof. Dr. Azize M. ÖZGÜVEN - Yeni Yüzyıl Üniversitesi - İstanbul / Türkiye
Prof. Dr. Mustafa BULAT - Atatürk Üniversitesi - Erzurum / Türkiye
Prof. Dr. Yavuz ODABAŞI - Anadolu Üniversitesi - Eskişehir / Türkiye
Prof. Dr. M. Hakan CEVHER - Ege Üniversitesi - İzmir / Türkiye
Prof. Dr. Sudi APAK - Beykent Üniversitesi - İstanbul / Türkiye
Prof. Dr. Mustafa SEVER - Gazi Üniversitesi - Ankara / Türkiye
Prof. Dr. Tofiq ABDÜHASANLÍ - Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi

YAYIN KURULU

Prof. Dr. Muhittin ELİAÇIK – Kırıkkale Üniversitesi
Prof. Dr. Nadir İLHAN - Ahi Evran Üniversitesi
Prof. Dr. Tarık ÖZCAN - Fırat Üniversitesi
Prof. Dr. Vedat ÇINAR – Fırat Üniversitesi
Prof. Dr. Cihan IŞIKHAN - Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Sabri Tefvik HAMMAN - Sahoc Üniversitesi
Doç. Dr. Murat SUNKAR - Fırat Üniversite
Doç. Dr. Nedim BAKIRCI - Niğde Üniversitesi
Doç. Dr. İbrahim ÇANKAYA - Uşak Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet GÜNEŞ - Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Gülay KARŞICI - Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Bahir SELÇUK - Fırat Üniversitesi
Doç. Dr. Süleyman CAN - Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Doç. Dr. Ganire HÜSEYNOVA - Erciyes Üniversitesi



Doç. Dr. Ergün SERİNDAG - Çukurova Üniversitesi
Doç. Dr. Ersin OZANSOY - İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. İrfan KALAYCI - İnönü Üniversitesi
Assoc. Prof. Dr. Kulzhanova BAKYTGUL - KAZAKİSTAN
Ph. D. Rahil NECEFOV - Azerbaycan Milli İlimler Akademisi
Yrd. Doç. Dr. İnci Bilgin Tekin - De Montfort Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Fatih ÖZEK - Fırat Üniversitesi
Dr. Alireza ZADEGHAN - Tebriz Üniversitesi
Dr. Fatima HOCİN - Üsküp Blaje Koneski Filoloji Fakültesi

YURT DIŞI TEMSİLCİLERİ

Doç. Dr. Sabri Tevfik HAMMAN - Sahoc Üniversitesi – MISIR
Yrd. Doç. Dr. İnci Bilgin TEKİN - De Montfort Üniversitesi - İNGİLTERE
Dr. Rahil NECEFOV - Milli İlimler Akademisi - AZERBAYCAN
Dr. Alireza ZADEGHAN - Tebriz Üniversitesi – İRAN
Dr. Nasser NASIRI - Allameh Khoei Institute of Higher Education - İRAN
Assoc. Prof. Dr. Kulzhanova BAKYTGUL - KAZAKİSTAN
Dr. Faruk ÖZTÜRK - Bişkek - KIRGIZİSTAN
Dr. Celal EMANET - Garden State İslamic Center Vineland - New Jersey - USA
Doç. Dr. Leyla GADYİVEYA - Dağıstan Devlet Üniversitesi - DAĞİSTAN
Yrd. Doç. Dr. Osman ERCİYAS - Lefke Avrupa Üniversitesi - KKTC
Assoc. Prof. Dr. Liailia Ihsanovna MİNGAZOVA - Kazan Federal Üniversitesi - TATARİSTAN
Yrd. Doç. Dr. Eman HAYAJNEH - Ürdün Üniversitesi – ÜRDÜN
Dr. Fatima HOCİN - Üsküp Blaje Koneski Filoloji Fakültesi - MAKEDONYA
Alina MİNSAFİNA - İstanbul Üniversitesi - RUSYA
LuanVARDARI - Prizren Üniversitesi – KOSOVA
Tark DURAN - Belgrad Üniversitesi - SIRBİSTAN

TARANDIĞI İNDEKSLER

SOBİAD (Sosyal Bilimler Atıf Dizini)
INDEX COPERNICUS
ACADEMICKEYS
SIS (Scientific Indexing Services)
İSAM (İslami Araştırmalar Merkezi)
ASOS (Akademia Sosyal Bilimler İndeksi)
OAJI (Open Academic Journals Index)



ASOS JOURNAL
The Journal of Academic Social Science

RESERARCH BİBLE

DRJI (Directory of Research Journals Indexing)

AKADEMİK DİZİN (Akademik Türk Dergileri İndeksi)

ICI (Indian Citation Index)

CITEFACTOR (Academic Scientific Journals)

TEİ (Türk Eğitim İndeksi)

SJOURNALS INDEX

JOURNAL INDEX

AJNS (International Publishing of Academic Journals)

ADVANCED SCIENCE INDEX

ACARİNDEX.COM (Akademik Araştırmalar İndeksi)

SCIENCE LIBRARYINDEX

SAIF (Scholars Impact)

SPARC (Institute of Technical Research)

SCHOLARSTEER (Scholarly Information)



ASOS JOURNAL
The Journal of Academic Social Science

Gonca UNCU

**GÖNÜLLÜLÜK VE MARKA BAĞLAMINDA ÖZEL VE KAMU KURUMLARININ FİLANTROPİ YAKLAŞIMLARI
PHILANTHROPY APPROACHES OF PRIVATE AND PUBLIC CORPORATIONS IN TERMS OF VOLUNTEERING AND
BRAND REPUTATION**

s. 517-540

Zerrin KARAKUZULU - Fatih ARICI - Müjde DUMANSIZOĞLU
DOĞU ANADOLU BÖLGESİ'NİN BİYOGAZ ENERJİ POTANSİYELİ
BIOGAS ENERGY POTENTIAL OF EASTERN ANATOLIAN REGION

s. 541-554

Yasemin GÜL

TÜRK RESSAMLARININ SERAMİK UYGULAMALARI VE SÖYLEŞİLER
TURKISH ART PAINTERS CERAMIC APPLICATIONS AND INTERVIEWS

s. 555-575

Aydan BEKAR - Çağrı SÜRÜCÜ

MUTFAK PROFESYONELLERİNİN TÜRK MUTFAĞI UYGULAMALARINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ
THE OPINIONS OF KITCHEN PROFESSIONALS ON THE APPLICATIONS OF TURKISH CUISINE

s. 576-586

Ünsal TAZEGÜL

SPORCULARIN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ İLE YAŞAMA BAĞLILIK-LARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN BELİRLENMESİ
**THE DETERMINATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN THE ATHLETES' PERSONALITY TRAITS AND THEIR LIFE
ADMIRATION**

s. 587-594

Şakir BERBER - Gamze ASLAN

SİYASİ PARTİLERİN DİNİ EĞİTİM POLİTİKALARI
RELIGIOUS EDUCATION POLICIES OF POLITICAL PARTIES

s. 595-602

Abdulhamit KAVAK

HİYEROGLİF YAZITLI STEL VE KABARTMALARDA MARAŞ
STELE WITH HIEROGLYPHIC INSCRIPTION AND RELIEFS IN MARAS

s. 603-617



ASOS JOURNAL

The Journal of Academic Social Science

Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 5, Sayı: 39, Ocak 2017, s. 576-586

Yayın Geliř Tarihi / Article Arrival Date

21.12.2016

Yayınlanma Tarihi / The Publication Date

20.01.2017

Yrd. Doç. Dr. Aydan BEKAR

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Yiyecek İçecek İşletmeciliği
abekar@mu.edu.tr

Bilim Uzm. Çağrı SÜRÜCÜ

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği
cagrisurucu@gmail.com

MUTFAK PROFESYONELLERİNİN TÜRK MUTFAĞI UYGULAMALARINA İLİŞKİN GÖRÜŐLERİ¹

Öz

Türk mutfağı dünyanın en zengin mutfaklarından biridir. Türk Mutfağını farklı kültürlerden insanlara tanıtmmanın en etkili yollarından biri, ülkemizi ziyaret eden turistlere Türk Mutfağına ilişkin bazı yemeklerin orijinaline uygun şekilde hazırlanarak, sunumunun yapılması ve tatmalarının sağlanmasıdır. Türk Mutfağı uygulamalarında mutfak çalışanlarının yeri tartışılmazdır. Bu araştırma mutfak profesyonellerinin (Chef de Cuisine, Sous Chef, Chef de Partie, Demi Chef de Partie) Türk Mutfağı uygulamalarına ilişkin görüşlerini tespit etmek amacıyla yürütülmüştür. Araştırmanın örneklemini Marmaris, Bodrum ve Fethiye’de farklı 4-5 yıldızlı otellerde çalışan 223 mutfak profesyoneli oluşturmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre otellerde Türk yemeğine özgü yemeklerden sarma ve dolmalara, şerbetli tatlılara, hamur işi yemeklere diğer Türk yemeklerine göre daha fazla yer verildiği belirlenmiştir. Mutfak çalışanları çoğunlukla, Türk Mutfağına ilişkin, turist getiren seyahat acentaları ve tur operatörlerinin tanıtım broşürü ve reklamlarında Türk mutfak kültürü ile ilgili bilgilere yer vermeleri gerektiğini düşünmektedirler.

Anahtar kelimeler: Mutfak profesyoneli, Türk Mutfağı

¹ Bu çalışma 28-30 Mayıs 2015 tarihinde Konya’da düzenlenen I. Avrasya Uluslararası Turizm Kongresi’nde sunulan sözlü bildirin yeniden düzenlenmiş ve genişletilmiş biçimindedir.

THE OPINIONS OF KITCHEN PROFESSIONALS ON THE APPLICATIONS OF TURKISH CUISINE

Abstract

Turkish cuisine is one of the richest cuisines of the world. One of the most effective ways of introducing Turkish cuisine to people from different cultures is to prepare, present some food in Turkish cuisine in accordance with the original recipes and make tourists visiting Turkey taste them. In the scope of the applications in Turkish cuisine, the place of kitchen staff is unquestionable. This study was conducted with the aim of determining the opinions of kitchen professionals (Chef de Cuisine, Sous Chef, Chef de Partie, Demi Chef de Partie) about the applications of Turkish cuisine. The sample of this study consisted of 223 kitchen professionals working in 4 and 5 star hotels in Marmaris, Bodrum and Fethiye. According to the study results, it was determined that stuffed vine leaves, stuffed vegetables, juicy desserts and pastry which were among the dishes peculiar to Turkish cuisine were included in the menus of hotel restaurants rather than other Turkish dishes. The kitchen staff mostly thought about the promotion of Turkish cuisine that some information about Turkish cuisine culture should have taken place in the advertisement brochures and other commercials of travel agencies and tour operators which brought tourists to Turkey.

Keywords: Kitchen professionals, Turkish cuisine

1. GİRİŞ

Her milletin, ülkenin gelenek ve göreneklerine, alışkanlıklarına göre oluşan kendine özgü bir mutfağı vardır. Tarihi gelişim sürecinde Orta Asya'nın sade yemek kültüründen sonra zengin Selçuklu ve Osmanlı Mutfağına ulaşılmış, ardından günümüzde farklı ülkelerden pek çok kişi tarafından beğenilen bol çeşitli, farklı tatlara, lezzetlere sahip olan Türk mutfağı ortaya çıkmıştır (Durlu-Özkaya ve vd., 2009). Türk Mutfağı denildiğinde Türkiye'de yaşayan insanların beslenmesini sağlayan yiyecekler-içecekler; bunların hazırlanması, pişirilmesi, korunması; bu işlemler için gerekli araç-gereçler ve teknikler ile yemek yeme adabı ve mutfak çevresinde gelişen tüm uygulamalar ve inanışların anlaşılması gerektiği ve ayrıca Türk mutfağının dünyanın en zengin mutfaklarından biri olduğu vurgulanmıştır (Maviş, 2003).

Türk Mutfağı uygulamalarında mutfak çalışanlarının yeri tartışılmazdır. Şanlıer (2005)'in yaptığı bir çalışmada turizm belgeli bazı restoranlarda ve tesislerde, Türk Mutfağından seçilen yemek menülerine yer verildiği, ancak Türk mutfağının yemek tariflerine ve lezzetine uymayan yemeklerin sunulduğu, Türk mutfağının yanlış tanıtıldığı veya turistlere kendi ülkelerine ait yemeklerin çoğunlukla servis edildiği belirlenmiştir. Oysa turistler ziyaret ettikleri yörenin kendine has yemeklerinden tatmak istemektedirler. Bu bağlamda gerek Türk Mutfağının tanıtımı, gerekse Türk mutfağı uygulamaları hakkında bilinen yanlış uygulamaların düzeltilmesinde, yerli-yabancı birçok turisti ağırlayan konaklama işletmelerinin mutfaklarında çalışan ve yemeklerin hazırlanmasında görevli mutfak profesyonelleri önemli rol oynamaktadır. Türk Mutfağı ile ilgili yapılan araştırmaların daha çok turistlerin Türk Mutfağı hakkındaki görüşlerini belirlemeye yönelik olduğu gözlemlenmektedir (Albayrak, 2013; Şanlıer, 2005; Arslan, 2010; Özdemir ve Kınay, 2004). Bu çalışma, farklı dört ve beş yıldızlı konaklama tesislerinde görev alan mut-

fak çalışanlarının, Türk Mutfağına özgü yemeklerin hazırlanmasında karşılaştıkları sorunları ve Türk mutfağının tanıtımına ve geliştirilmesine yönelik önerilerini belirlemek amacıyla planlanmış ve yürütülmüştür.

2. TÜRK MUTFAĞI

Türk Mutfağı; uzun ve tarihsel gelişim süreci sonucunda ortaya çıkan bir mutfaktır. Çin ve Fransız mutfakları ile birlikte anılan dünyanın üç önemli mutfağından biri durumundadır (Özdemir ve Aktaş, 2007:23). Türk Mutfağındaki çok değişik tür ve lezzetteki yemeklerin, çok çeşitli malzemeler ve tat vericilerin değişik şekillerde bir arada kullanılmasıyla oluşturulduğu ifade edilmektedir (Baysal, 1997; Sürücüoğlu ve Özçelik, 2005:10).

Türk Mutfağı denildiğinde Türkiye’ de yaşayan insanların beslenmesini sağlayan yiyecekler, içecekler, bunların hazırlanması, pişirilmesi, korunması, bu işlemler için gerekli araç-gereç ve teknikler ile yemek yeme adabı ve mutfak çevresinde gelişen tüm uygulamalar ve inanışlar algılanmaktadır (Arlı ve Gümüş, 2013). Uzun bir tarihsel geçmişe sahip Türkler, mutfak konusunda zengin bir kültüre sahiptirler. Bu zenginlik, kendisini bol çeşitli yemeklerde göstermektedir. Ayrıca, tüm yiyecek ve içeceklere ilişkin davranış kalıpları da bu kapsamda şekillenmiştir (Ciğerim, 2001).

Dünyanın en zengin mutfakları arasında yer alan Türk Mutfağı, doğru bir konumlandırma ve yaratılacak çekici bir imajla, destinasyonların markalaşmasına büyük katkılar sağlayacaktır. Türk Mutfağı, Orta Asya’dan günümüze kadar çeşitli etnik kökenli milletlerin bir arada yaşayarak oluşturduğu şekliyle günümüze kadar gelmiş ve dünya mutfakları arasındaki seçkin yerini almıştır. Bu durumda yerli ve yabancı turizm faaliyetlerini hızlandırmada, Türkiye’de birçok destinasyon açısından önem taşımaktadır (Göker, 2011; Güzel, 2009).

Türk Mutfağı, Türklerin yaşadıkları coğrafyada şekillenmiş geniş bir mutfak kültürüne sahip olmasına ve dünyanın üç önemli mutfağından biri olmasına rağmen, diğer dünya mutfaklarına göre hak ettiği konumda olmadığı ifade edilmektedir. Bu durumun en belirgin nedenlerinden biri Türk mutfak kültürünün tanıtımının yeterince yapılmamasıdır. Türk Mutfağını farklı kültürlerden insanlara tanıtmının en etkili yollarından biri, ülkemizi ziyaret eden turistlere Türk Mutfağına ilişkin bazı yemeklerin orijinaline uygun şekilde hazırlanarak, sunumunun yapılması ve tatmalarının sağlanmasıdır. Yapılan birçok çalışmada Türkiye’yi ziyaret eden yabancı turistlerin Türkiye’yi ziyaret etme nedenlerinden birisinin de Türk mutfak kültürünü tanımak olduğu belirtilmektedir (Aslan, Güneren ve Çoban, 2014; Kılıç ve Bekar, 2012; Pullphothong ve Sopha, 2013). Ancak, ülkemize gelen yabancı turistlere, çoğunlukla kendi ülkelerine özgü çeşitli yemeklerin servis edilmesi dikkat çekmektedir. Diğer bir sorun ise; Türk yemeklerinin orijinal tariflerine uygun olarak hazırlanıp, sunulmaması ve böylece Türk Mutfağına doğru ve yeterince tanıtımının yapılmamasıdır (Arman, 2011; Özdemir ve Kınay, 2004). Bu tanıtım sorununun aşılmasında önemli görevlerden birinin her yıl birçok turisti ağırlayan çeşitli konaklama tesislerinin mutfaklarında çalışan, mutfak profesyonellerine düştüğü söylenebilir. Türkiye’yi ziyaret eden yabancı turistlere Türk yemeklerini orijinal tariflerine uygun hazırlanıp sunulmasına gereken özen gösterilmelidir.

Bu çalışmanın amacı, otel mutfaklarında yemeklerin hazırlanmasında görevli Chef de Cuisine, Sous Chef, Chef de Partie, Demi Chef de Partie pozisyonlarında çalışan mutfak profesyonellerinin Türk Mutfağı uygulamalarına ilişkin görüşlerini tespit etmektir. Çalışmanın alt amaçları ise şunlardır.

- * Farklı otellerin menülerinde Türk Mutfağına özgü yemeklerin yer alma sıklığını belirlemek,
- * Mutfak profesyonellerinin Türk Mutfağına yönelik önerilerini tespit etmek,
- * Türk Mutfağına özgü yemeklerin hazırlanmasında karşılaşılan sorunları belirlemek,
- * Turistlerin Türk yemeklerini tercih etmeme nedenlerini mutfak çalışanlarının bakış açısıyla belirlemektir.

3. YÖNTEM

Araştırmanın evrenini Muğla'nın önemli turizm destinasyonları olan Marmaris, Fethiye ve Bodrum'da faaliyet gösteren sadece beş ve dört yıldızlı otellerde çalışmakta olan mutfak çalışanları oluşturmaktadır. Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün Aralık 2014 yılı verilerine göre Marmaris, Fethiye ve Bodrum'da işletme belgeli 62 beş yıldızlı, 64 dört yıldızlı; yatırım belgeli 19 beş yıldızlı, 23 dört yıldızlı olmak üzere toplamda 168 dört ve beş yıldızlı otel bulunmaktadır. Çalışmanın örneklemini bu otellerde çalışan toplam 223 mutfak çalışanı oluşturmaktadır. Verilerin toplanmasında Türk Mutfağına ilişkin daha homojen verilere ulaşmak istendiği için farklı otellere ulaşılmaya çalışılmıştır. Buna bağlı olarak her otelden bir veya iki mutfak çalışanının (Chef de Cuisine, Sous Chef, Chef de Partie, Demi Chef de Partie) araştırma kapsamına alınmasına dikkat edilmiştir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak geliştirilen anket, konu ile ilgili çalışmalar (Ciğerim, 2001; Özdemir ve Kınay, 2004; Şanlier, 2005; Arslan, 2010; Güler, 2010; Arlı ve Gümüş, 2013; Erkol ve Zengin, 2015). İncelendikten sonra hazırlanmış ve uzman görüşleri alınmıştır. Veri toplama aşamasına geçilmeden önce 15 mutfak çalışanı ile pilot uygulama yapılarak, ankette gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Anket, mutfak çalışanları ile yüz yüze görüşülerek, araştırmacılar tarafından, çalıştıkları otellerde, 2014 yılı mart-eylül zaman aralığında uygulanmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen veriler "SPSS 15.0" (Statistical Program for Social Science) istatistik programı ile değerlendirilmiştir.

Veri toplama aracı olarak kullanılan anket beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde mutfak çalışanları ile ilgili bazı tanıtıcı bilgilere (pozisyonu, yaşı, sektördeki tecrübesi ve eğitimi) ilişkin sorular; ikinci bölümde otelde Türk Mutfağına özgü yemeklere yer verilme sıklığı; üçüncü bölümde Türk mutfağına yönelik öneriler; dördüncü bölümde Türk Mutfağı uygulamalarında karşılaşılan sorunlara ilişkin ifadeler; son bölümde ise Türk yemeklerinin tercih edilmeme nedenlerine yönelik ifadeler yer almaktadır. Birinci ve ikinci bölümdeki sorular kapalı uçlu; üç ve dördüncü bölümdeki sorular 5'li Likert tipi (5: kesinlikle katılıyorum, 1: kesinlikle katılmıyorum) şeklinde; beşinci bölüm ise önem sırasına göre sıralama şeklinde hazırlanmıştır.

Çalışma kapsamına alınan mutfak çalışanlarına ilişkin bazı tanıtıcı bilgiler mutlak ve yüzde değerler kullanılarak Tablo 1'de verilmiştir. Türk Mutfağına özgü yemeklere yer verilme sıklığı, Türk Mutfağına yönelik öneriler ve Türk Mutfağı uygulamalarında karşılaşılan sorunlar yüzde değer, ortalama (\bar{X}), standart sapma (SS) kullanılarak tablolaştırılmıştır (Tablo 2, 3, 4). Turistler tarafından Türk yemeklerinin tercih edilmeme nedenleri ise ağırlıklı puan yoluyla önem derecesine göre sıralanmıştır.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırma kapsamına alınan mutfak profesyonellerinin yarısından fazlası chef de partie ve demi chef de partie pozisyonunda çalışmaktadır. Yaş dağılımına göre çoğunluğunun 25-49 yaş aralığında olduğu, 50 ve yaş üzeri olanların oranının % 8,1 olduğu görülmektedir. Mutfak profesyonellerinin sektör tecrübeleri incelendiğinde % 18,4'ünün 1-5 yıl arasında, % 22,4'nün 6-10 yıl, diğerlerinin ise 11 yıl ve üzeri olduğu belirlenmiştir. Çalışanların eğitim durumları incelendiğinde yaklaşık % 38'nin ilkökul veya ortaokul mezunu olduğu; % 22,4'nün aşçılık ve otelcilik lisesi mezunu, yaklaşık % 20'sinin ön lisans, fakülte veya yüksekokul mezunu olduğu dikkati çekmektedir.

Tablo 1: Araştırma kapsamına Alınan Mutfak Profesyonellerinin Sosyo Demografik Özellikleri

	n	%
Pozisyon		
Chef de Cuisine	37	16,6
Sous Chef	48	21,5
Chef de Partie	68	30,5
Demi Chef de Partie	70	31,4
Yaş		
18-24	32	14,3
25-34	82	36,8
35-49	91	40,8
50-64	18	8,1
Sektör Tecrübesi		
1-5	41	18,4
6-10	50	22,4
11-15	64	28,7
16-20	43	19,3
21 ve üzeri	25	11,2
Eğitim		
İlkokul	24	10,8
Ortaokul	61	27,4
Aşçılık ve Otelcilik Lisesi	50	22,4
Lise ve dengi	44	19,7
Ön lisans	21	9,4
Fakülte/yüksekokul	23	10,3

Tablo 2 de araştırma kapsamına alınan otellerin menülerinde Türk Mutfağına özgü yemeklerin yer alma sıklığı verilmektedir.

Tablo 2: Araştırma kapsamına Alınan Otellerin Menülerde Türk Mutfağına Özgü Yemeklerin Yer Alma Sıklığı (%)

İFADELER	Hiç Ya-pılmıyor	Her Gün	Haftada Bir	Haftada 2-3 kez	15 günde 1 kez	\bar{X}	SS
Çorbalar	2,7	91,0	1,3	4,9	-	2,08	0,48
Zeytinyağlı sebze yemekleri	4,0	65,5	13,0	17,0	0,4	2,44	0,83
Etili sebze yemekleri	3,1	61,4	12,6	20,6	2,2	2,57	0,92

Kebaplar	6,7	44,4	19,7	24,7	4,5	2,75	1,04
Sarma ve dolmalar	5,8	43,9	22,0	22,0	6,3	2,78	1,05
Kuru baklagil yemekleri	2,7	52,0	22,4	22,4	0,4	2,65	0,87
Pilav ve makarna çeşitleri	2,2	70,4	10,3	17,0	-	2,42	0,79
Kızartmalar	2,7	60,5	15,2	18,8	2,7	2,58	0,91
Sütlü tatlılar	2,7	60,1	12,1	23,3	1,8	2,61	0,93
Şerbetli tatlılar	1,3	55,6	13,5	26,0	3,6	2,74	0,97
Hamur işi yemekler	6,3	48,0	18,4	21,5	5,8	2,72	1,05
Et yemekleri	2,7	60,1	11,2	24,2	1,8	2,62	0,94
Soğuk mezeler	1,8	68,2	9,4	19,3	1,3	2,50	0,86
İçecekler (Ayran, kızılıcak şerbeti.. vb.)	6,7	65,9	14,8	9,4	3,1	2,36	0,86
Pideler	13,0	50,7	12,6	13,5	10,3	2,57	1,18

Ölçek maddelerine ilişkin aritmetik ortalama değerleri incelendiğinde otellerin menülerinde en fazla yer alan yemeğin sarma ve dolmalar ($2,78 \pm 1,05$) olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla; şerbetli tatlılar ($2,74 \pm 0,97$), hamur işi yemekler ($2,72 \pm 1,05$), kuru baklagil yemekleri ($2,65 \pm 0,87$) takip etmektedir. En az yer verilen yemek çeşidi ise çorbalardır.

Tablo 3: Mutfak Profesyonellerinin Türk Mutfağının Tanıtımına Yönelik Önerileri (%)

Türk mutfak kültürünün tanıtılması için;	Kesinlikle katılmıyorum	Çoğunlukla Katılmıyorum	Orta düzeyde katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum	\bar{X}	SS
Uluslararası basında da yer alabilecek yemek pişirme yarışmaları düzenlenmelidir	50,2	39,9	6,7	2,2	0,9	4,36	0,78
Farklı ülkelerin tv kanallarında Türk mutfak kültürüne ilişkin programların yayınlanması teşvik edilmeli	54,7	31,8	12,1	0,9	0,4	4,39	0,76
Yabancı televizyonlarda yemek programı yapan aşçıların Türk mutfak kültürüne ait yemeklere yer vermeleri teşvik edilmeli	56,5	33,2	8,1	1,3	0,9	4,43	0,77
Yurtdışındaki otellerde çalışan şef aşçılara bakanlık tarafından ücretsiz eğitimler verilmelidir	46,6	33,2	14,3	3,1	2,7	4,17	0,97
Uluslar ve uluslararası gastronomi festivalleri düzenlenmelidir	53,8	31,8	12,6	1,3	0,4	4,37	0,78
Turist getiren seyahat acentaları ve tur operatörlerinin tanıtım broşür ve reklamlarında Türk mutfak kültürü ile ilgili bilgiler yer almalıdır	56,1	34,5	8,5	0,9	-	4,45	0,68
Türkiye ve bölgelerin gastronomi master planlarının yapılması ve uluslararası alanda	43,0	34,5	19,3	2,7	0,4	4,17	0,86

paylaşılması gerekmektedir							
Türkiye'ye turist getiren acenta ve tur operatörlerinin ürün portföyünde gastronomi turları da yer almalıdır	33,6	38,6	24,2	3,1	0,4	4,01	0,86
Ülkeye gelen turistlere ücretsiz gastronomi turları düzenlenmelidir	31,4	34,5	26,5	5,8	1,8	3,87	0,98
Otellerin menülerinde daha fazla Türk yemeklerine yer verilmelidir.	48,0	31,8	17,9	2,2	-	4,25	0,82
Türk mutfağı uygulamalarında eğitimli personel yetiştirilmeli	57,4	30,5	10,3	1,8	-	4,43	0,74
Her otelde Türk mutfağına özgü yemeklerin yapıldığı a'la carte restoran bulunmalıdır.	47,1	33,6	17,5	1,3	0,4	4,25	0,82
Türk mutfağına özgü yemeklere otellerde yeterince yer verildiğini düşünüyorum	23,3	23,8	27,4	13,5	12,1	3,32	1,29

Tablo 3' de Türk Mutfağı'nın tanıtımına ilişkin mutfak profesyonellerinin önerileri yer almaktadır. Verilen önerilerin ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalamaya sahip önerinin "turist getiren seyahat acentaları ve tur operatörlerinin tanıtım broşür ve reklamlarında Türk mutfak kültürü ile ilgili bilgiler yer almalıdır" olduğu görülmektedir. Türk mutfağı uygulamalarında eğitimli personel çalıştırılması fikrine ise mutfak çalışanlarının çoğunluğu kesinlikle veya çoğunlukla katılmaktadır. Mutfak çalışanların Türk Mutfağı'nın tanıtımına ilişkin diğer önerileri ise; yabancı televizyonlarda yemek programı yapan aşçıların Türk mutfak kültürüne ait yemeklere yer vermeleri teşvik edilmeli, farklı ülkelerin tv kanallarında Türk mutfak kültürüne ilişkin programların yayınlanması teşvik edilmeli, yurtdışındaki otellerde çalışan şef aşçılara bakanlık tarafından ücretsiz eğitimler verilmelidir, uluslararası basında da yer alabilecek yemek pişirme yarışmaları düzenlenmelidir, otellerin menülerinde daha fazla Türk yemeklerine yer verilmelidir, her otelde Türk Mutfağına özgü yemeklerin yapıldığı a'la carte restoran bulunmalıdır, Türkiye ve bölgelerin gastronomi master planlarının yapılması ve uluslararası alanda paylaşılması gerekmektedir, Türkiye'ye turist getiren acenta ve tur operatörlerinin ürün portföyünde gastronomi turları da yer almalıdır, ülkeye gelen turistlere ücretsiz gastronomi turları düzenlenmelidir, Türk Mutfağına özgü yemeklere otellerde yeterince yer verildiğini düşünüyorum şeklindedir.

Tablo 4: Türk Mutfağı'nın Uygulamalarında Karşılaşılan Sorunlar

	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Orta düzeyde katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum	\bar{X}	SS
Yapımı fazla zaman gerektirmektedir	21,1	41,7	21,1	9,9	6,3	3,61	1,11
Fazla malzeme gerektirmektedir	17,0	33,2	29,1	8,5	12,1	3,34	1,21
Hazırlanması fazla emek gerektirmektedir	27,8	37,2	14,8	8,5	11,7	3,60	1,29
Yapımında kullanılan bazı özel malzemeler her zaman bulunmaktadır	25,1	24,7	22,9	10,3	17,0	3,30	1,39
Orijinal tariflerine ve lezzetine uygun hazırlayacak aşçıların bilgileri yeterli değildir.	28,7	28,7	20,2	14,3	8,1	3,55	1,26

Turistler tarafından fazla tercih edilmemektedir	12,6	25,6	30,9	20,2	10,8	3,08	1,17
Turistlerin Türk yemekleri ile ilgili yeterli bilgileri yoktur	28,3	34,5	20,2	9,0	8,1	3,65	1,20

Tablo 4’de Türk Mutfağı’nın uygulamalarında karşılaşılan sorunlara ilişkin bilgiler yer almaktadır. Tablo 4’de de görüldüğü gibi otellerde Türk mutfağına özgü yemeklerin yapılmasında en fazla karşılaşılan sorun turistlerin Türk yemekleri hakkında yeterli bilgiye sahip olmalarındır. Yapımının fazla zaman ve emek gerektirmesi, orijinal tariflerine ve lezzetlerine uygun hatırlamak için aşçıların bilgilerinin yeterli olmaması, fazla malzeme gerektirmesi, özel malzemelere de ihtiyaç duyulması ve turistler tarafından fazla tercih edilmemesi Türk yemeklerinin hazırlanmasında sıklıkla karşılaşılan diğer sorunlardır.

Tablo 5: Turistlerin Türk Yemeklerini Tercih Etmeme Nedenlerinin Önem Derecesine Göre Sıralanması

Tercih Edilmeme Nedeni	1	2	3	4	Ağırlıklı Puan	Önem Sırası*
Ağır bulmaları	296	207	74	41	2305	1
Fazla baharatlı ve/veya salçalı olduğunu düşünmeleri	244	171	120	46	1972	2
Damak tatlarına uygun olmaması	228	87	114	79	1735	3
Sindiriminin zor olduğunu düşünmeleri	124	204	138	57	1347	4

*Ağırlıklı puan: (1.derece frekans x 4+2. derece frekans x 3 + 3. derece frekans x 2 + 4. derece frekans x 1)

Turistlerin Türk yemeklerini tercih etmemeleri için toplam 4 gerekçe verilen yanıtlar doğrultusunda ağırlıklı puan yoluyla önem derecesine göre sıralandığında, turistlerin Türk yemeklerini tercih etmelerini engelleyen en önemli neden 2305 ağırlık puanına sahip Türk yemeklerini ağır bulmalarıdır. Bunu sırasıyla; Türk yemeklerini fazla baharatlı ve/veya salçalı olduğunu düşünmeleri, damak tatlarına uygun olmaması, sindiriminin zor olduğunu düşünmeleri takip etmektedir.

Turizmde destinasyonun kültürel değerleri içinde mutfak kültürünün tanıtılması, turistlerin yerel mutfağına ilgisini arttırmaktadır. Türkiye’ye gelen yabancı turistlerin tatil yeri ile ilgili beklentileri içinde Türk mutfak kültürünü tanımak istedikleri yapılan araştırmalarla (Akman, 1998; Özdemir ve Kınay, 2004; Şanlıer, 2005) açıkça ortaya konmuştur. Akman ve Hasipek (1999), Türkiye’ye üç defadan fazla gelen turistlerin büyük çoğunluğunun, ilk ziyaretlerinde % 92.2’sinin Türk Mutfağı ile tanıştıklarını, % 62.9’unun Türk Mutfağından yararlanmak istediklerini; % 94.0’ünün bugüne kadar Türk Mutfağına ait bazı yiyecek-içecekleri tükettiklerini saptamışlardır. Söz konusu çalışmalarda turistlerin Türk mutfağına ilgi duydukları, genellikle denemek istemeleri belirlenmesine rağmen; bu çalışmada turistlerin çoğunlukla Türk Mutfağı ile ilgili bilgilerinin olmadığı belirlenmiştir (3,65±1,20). Bu doğrultuda tanıtım eksikliğinin olması mutfak kültürünün bir çekicilik unsuru olarak kullanılmamasının önemli bir nedeni olduğu söylenebilir. Ülkemize gelen turistlere Türk mutfak kültürüne ait yemekleri servis etmek yerine turistlerin kendi kültürlerine ait yemeklerin sunulması tanıtım eksikliğinin en büyük sebeplerinden birisi olduğu söylenebilir.

Albayrak (2013) çalışmasında turistlerin yarıdan fazlasının Türk yemeklerini fazla baha- ratlı, fazla yağlı ve salçalı bulduklarını belirlemiştir. Budak ve Çiçek (2002)'in çalışmalarında, Türkiye'ye gelen turistlerin % 85.7'sinin yemekleri lezzetli ve doyurucu, % 77.1'inin çok çeşit- li, % 77.1'inin tatlıları ağır, % 34.3'ünün ise yemekleri ağır bulduklarını ifade etmişlerdir. Bu çalışma da turistlerin Türk yemeklerini tercih etmemelerinin en önemli nedeni yemekleri ağır bulmaları iken, fazla salçalı ve yağlı bulmaları ikinci tercih etmeme nedenidir. Bu doğrultuda bazı yemeklerin yapımında yağ, salça, baharat kullanımının kısmen azaltılması daha fazla tercih edilmesinde etkili olabilir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma mutfak profesyonellerinin Türk mutfağı uygulamalarına ilişkin görüşlerini tespit etmek amacıyla 223 mutfak profesyoneli ile yapılmıştır. Araştırma kapsamına alınan çalı- şanların yarısından fazlası Chef de Partie ve Demi Chef de Partie pozisyonunda çalışmaktadır.

Çalışmada “mutfak profesyoneli” olarak tanımlanan katılımcıların mutfaktaki pozisyonla- rı Chef de Cuisine, Sous Chef, Chef de Partie, Demi Chef de Partiedir. Çalışanların çoğunluğu 25-49 yaş aralığındadır. Eğitim durumuna göre ise çoğunluğunun ortaokul mezunu veya açılılık ve turizm lisesi mezunu olduğu dikkat çekmektedir.

Araştırma kapsamına alınan mutfak profesyonellerinin çalıştıkları otellerde Türk yemeği- ne özgü yemeklerden sarma ve dolmalar, şerbetli tatlılar, hamur işi yemeklere diğer Türk ye- meklerine göre daha fazla yer verildiği belirlenmiştir.

Mutfak çalışanları, Türk Mutfağına özgü yemeklerin yapımında turistlerin Türk yemekle- ri hakkında yeterli bilgiye sahip olmamaları, yapımının fazla zaman ve emek gerektirmesi, ori- jinal tariflerine ve lezzetlerine uygun hazırlamak için aşçıların bilgilerinin yeterli olmaması, fazla malzeme gerektirmesi, özel malzemelere de ihtiyaç duyulması gibi sorunlarla karşılaştıkla- rını belirtmişlerdir.

Türk Mutfağının tanıtımına ilişkin, mutfak çalışanları çoğunlukla turist getiren seyahat acentaları ve tur operatörlerinin tanıtım broşürü ve reklamlarında Türk mutfak kültürü ile ilgili bilgiler yer verilmesi gerektiğini düşünmektedirler. Bunun yanında yabancı televizyonlarda yemek programı yapan aşçıların Türk mutfak kültürüne ait yemeklere de yer vermeleri gerekti- ğini, farklı ülkelerin tv kanallarında Türk mutfak kültürüne ilişkin programların yayınlanmasın- ın teşvik edilmesini, yurtdışındaki otellerde çalışan şef aşçılara bakanlık tarafından ücretsiz eğitimlerin verilmesi gerektiğini, uluslararası basında da yer alabilecek yemek pişirme yarışma- larının düzenlenmesini, otellerin menülerinde daha fazla Türk yemeklerine yer verilmesi ve her otelde Türk mutfağına özgü yemeklerin yapıldığı a'la carte restoranın bulunması gerektiğini belirtmişlerdir. Ayrıca Türkiye ve bölgelerin gastronomi master planlarının yapılması ve ulusla- rarası alanda paylaşılması gerektiği ve Türkiye'ye turist getiren acenta ve tur operatörlerinin ürün portföyünde gastronomi turlarının da yer alması gerektiği vurgulanan önemli önerilerden- dir.

Turistlerin Türk yemeklerini tercih etmeme nedenleri ise sırasıyla Türk yemeklerini ağır bulmaları, Türk yemeklerini fazla baharatlı ve/veya salçalı olduğunu düşünmeleri, damak tatla- rına uygun olmaması, sindiriminin zor olduğunu düşünmeleridir. Çalışmadan elde edilen bulgu- lar ışığında şu öneriler yapılabilir.

- Konaklama işletmelerinin menülerinde daha fazla Türk mutfağına özgü yemeklere yer verilebilir.

- Konaklama işletmelerinde çalışan mutfak çalışanlarına Türk mutfağına özgü yemeklerin aslına uygun şekilde hazırlanması ve sunumu ile ilgili eğitim verilebilir
- Konaklama işletmeleri Türk mutfağına özgü yemeklerin yer verildiği Türk geceleri düzenleyerek Türk Mutfağı'nın tanıtımına katkı sağlayabilir.
- Tur operatörleri ve seyahat acentaları tanıtım broşürü ve reklamlarında Türk mutfak kültürü ile ilgili bilgilere yer vermeli.
- Türkiye ve bölgelerin gastronomi master planlarının yapılması ve uluslararası alanda paylaşılması Türk mutfağının korunması ve tanıtılmasında önemli katkılar sağlayabilir.
- İleride yapılacak çalışmalarda, farklı bölgelerde hizmet veren otel işletmeleri de çalışma kapsamına alınarak daha geniş bir örnekleme araştırmalar yapılması önerilmektedir.

KAYNAKLAR

- Akman, M. (1998), Yabancı turistlerin Türk mutfağından beklentileri, yaralanma durumları ve Türk mutfağının turizme katkısı üzerine bir araştırma, Yayımlanmamış doktora tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Akman, M. ve Hasipek, S. (1999), “Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı İle İlgili Tutum ve Davranışları”, Beslenme ve Diyet Dergisi 28: 2: 47-53.
- Aktaş, A.; Özdemir B., (2007), Otel İşletmelerinde Mutfak Yönetimi, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Albayrak, A. (2013), “Farklı Milletlerden Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Saptanması Üzerine Bir Çalışma”, Journal of Yasar University. 30(8), 5049- 5069.
- Arlı, M. ve Gümüş, H. (2013), “Türk Mutfak Kültüründe Çorbalar”, Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi, 2013:2(1).
- Arman, A. (2011), Türk Mutfak Kültürünün Tanıtım Sorunu: Mengen Mutfağı Örneği, yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.
- Arslan, Ö. (2010), Yabancı Turistlerin Yiyecek-İçecek İşletmeleri, Personeli ve Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi: Alanya Örneği. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Aslan, Z. Güneren, E., Çoban, G. (2014), “Destinasyon Markalaşma Sürecinde Yöresel Mutfakın Rolü: Nevşehir Örneği”, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, Vol. 2, No.4, 3-13.
- Baysal, Ayşe, (1997), Türk Mutfağında Mercimek ve Nohut Yemekleri, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları No:20, Ankara.
- Budak, N.; Çiçek, B., (2002), Yabancı Turistlerin Ülkemizde Yemek Kültürüne İlgileri ve Yemekler İle Servis Ortamlarına Bakışları, Turizmde Sağlık ve Beslenme Sorunları ve Çözümler Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 133-139, Alanya.
- Ciğirim, N. (2001), Batı ve Türk Mutfağının Gelişimi, Etkileşimi ve Yiyecek- İçecek Hizmetlerinde Türk Mutfağının Yerine Bir Bakış; Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtım Vakfı Yayını No:28
- Durlu-Özkaya, F., Cömert, M. ve Kızılkaya, Ö. (2009), Turizm İşletmelerinde Zeytin Yağlılarımızın Yeri ve Önemi, 3. Ulusal Gastronomi Sempozyumu, Antalya.

- Erkol, G., ve Zengin, B. (2015). “Şanlıurfa’da Bulunan Yöresel Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Pazarlama Stratejilerinin Şehrin Turizm Açısından Pazarlanabilirliğine Etkileri”, *The Journal of Academic Social Science*, Sayı:9, 599-614.
- Göker, G. (2011), *Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi (Balıkesir İli Örneği) Yayınlanmamış yüksek lisans tezi*, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Güler, S. (2010), “Türk Mutfak Kültürü ve Yeme İçme Alışkanlıkları”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26, 24-30.
- Güzel, G. (2009). “Gastronomi ve İnovasyon”, *İz Atılım Üniversitesi Dergisi*, Sayı:8, 28-29.
- Kılıç, B ve Bekar, A. (2012), “Turistlerin Gelir Düzeylerine Göre Destinasyondaki Gastronomi Turizmi Etkinliklerine Katılımları”, 2. Kırsal Turizm Sempozyumu, Aksaray.
- Maviş, F. (2003). *Endüstriyel Yiyecek Üretimi*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Özdemir, B. ve Kınay, F. (2004), “Yabancı Ziyaretçilerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşleri: Antalya’yı Ziyaret Eden Alman ve Rus Turistler Üzerine Bir Araştırma”, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2,5-28.
- Pullphothong L.; Sopha, C. (2013). *Gastronomic Tourism in Ayutthaya, Thailand. Proceedings of the International Conference on Tourism, Transport, and Logistics, 14-16 February, Holiday Inn Paris-Gare de L’Est, Paris, France.* (<http://icttl.net/var/materials/pdf/Conferences/ICTTL%202013.pdf>. Erişim tarihi: 15.02.2015).
- Sürücüoğlu, M. S. Ve Özçelik, A. Ö. (2005), *Eski Türk Besinleri ve Yemekleri, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar*, Cilt:12, Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayın No:34, Birlik Matbaacılık, Ankara.
- Şanlıer, N. (2005), “Yerli ve Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşleri”, *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(1), 213-227

İnternet Kaynakları

Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.<http://www.muqlakulturturizm.gov.tr/TR,73736/isletme-ve-yatirim-belgeli-tesisler-oda-yatak-kapasites-.html>