

YABANCI ZİYARETÇİLERİN TÜRK MUTFAĞINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ: ANTALYA'YI ZİYARET EDEN ALMAN VE RUS TURİSTLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Bahattin Özdemir*

Fatma Kınay**

Özet

Bu çalışmanın amacı yabancı ziyaretçilerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerini tespit edebilmektir. Bu doğrultuda, anket formları geliştirilmiş ve Antalya'yı ziyaret eden Alman ve Rus turistlerden oluşan toplam 313 adet yabancı ziyaretçiye uygulanmıştır. Gerçekleştirilen yüzde ve frekans analizleri sonucu ankete katılanların Türk mutfağı ile ilgili görüşlerinin genel olarak olumlu olduğu belirlenmiştir. Daha açık ifade etmek gerekirse Alman ve Rus turistlerin büyük bir kısmı Türk yemeklerini lezzetli, çeşitli, görünüş açısından çekici, hijyenik, sindirimi kolay, besleyici, damak tatlarına uygun ve doyurucu bulmaktadır. Ancak, cevaplayıcıların bir kısmının Türk mutfağında yer alan tatlıların ağır olması, bazı yemeklerin fazla yağlı, salçalı ve baharatlı olması gibi noktalarda olumsuz görüş bildirdiği de saptanmıştır. Araştırmaya katılan turistlerin demografik özellikleri itibari ile Türk mutfağı hakkındaki görüşlerinde her hangi bir farklılık olup olmadığını belirleyebilmek için Mann Witney U ve Kruskal Wallis testleri uygulanmış ve yaş, milliyet, eğitim durumu değişkenlerinin farklılığa neden olduğu tespit edilmiştir. Çalışma, Türk mutfağının tanıtılması ve geliştirilmesi için öneriler ve ileriki araştırmalar için belirlemeler ile son bulmaktadır.

* Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Y.O. (Arş. Grv.)

** Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Y.O. (Öğr. Grv. Dr.)

Anahtar Sözcükler

Mutfak kültürü, Türk mutfağı, Konaklama İşletmeciliği.

**The Attitudes of Foreign Visitors Towards Turkish Cuisine: A
Research on German and Russian Tourists Visiting Antalya****Abstract**

This paper aims to identify the attitudes of foreign tourists towards Turkish cuisine. In this respect, a survey instrument is developed and administered to 313 foreign visitors including German and Russian tourists. The analysis of frequency and percentages reveals that foreign tourists have generally positive attitudes towards Turkish cuisine. More specifically, most of tourists think that Turkish meals are delicious, various, hygienic, nutritious, easily digestible, favorable to their tastes and filling, and have an attractive appearance. It is also essential to note that as negative attitudes some of them declare that the deserts in Turkish cuisine are heavy, additionally there are meals in Turkish cuisine with excessive use of oil and butter, tomato paste and spices. In order to identify the differences in attitudes with respect to demographic characteristics of foreign visitors Mann Whitney U and Kruskal Wallis tests are conducted and then, it is revealed that age, nationality and education cause different attitudes towards Turkish cuisine. The paper, finally, closes by suggestions for promotion and development of Turkish cuisine and implications for further research.

Key words

Culture of cuisine, Turkish cuisine, Lodging Business.

Giriş

Mutfak kavramı bir taraftan fiziki bir alan gibi düşünülerek, diğer taraftan da kültürle ilişkisi kurularak iki ayrı şekilde tanımlanabilmektedir (Aktaş ve Özdemir, 2005:3). Fiziki bir alan gibi düşünüldüğünde mutfak “her türlü yiyeceğin hazırlandığı, pişirildiği ve bazen de işletmenin yapısı gereği tüketildiği yerdir” (Kaya, 2000:52) şeklinde tanımlanmaktadır. Yine, benzer bir yaklaşımla hareket edildiğinde ve mutfak hizmetlerin sunulduğu işletmeler bağlamında ele alındığında mutfak için “yiyecek ve içecek işletmelerinde hedeflenen miktarlarda, kalitede ve standartlarda yiyecek üretiminin yapıldığı alandır” (Gökdemir, 2003:30) denilebilmektedir. Mutfak kavramının kültürle ilişkisi kurulduğunda bu kez, “yiyecek ve içeceklerin hazırlanmasında kullanılan araç ve gereçleri, yemek pişirme sanatının püf noktalarını, yemek törenlerini gösteren bir kültürdür” (Musmann ve Pahalı, 1999:4) demek mümkün olabilmektedir. Yani, mutfak denildiğinde sadece bir ulusun mutfağına ait yiyecek ve içecekler değil aynı zamanda bu yiyecek ve içeceklerin hazırlanması ve servis edilmesine ilişkin yöntemler, bu yiyecek ve içeceklerin hazırlanması ve servisinde kullanılan araç ve gereçler, mutfağın konumu ve mimarisi, yemek törenleri ve benzeri faaliyetler de anlatılmak istenmektedir (Ciğerim, 1999:204). Bu tanımlamaya Türk mutfağı, Fransız mutfağı, Meksika mutfağı, İtalyan mutfağı, Hindistan mutfağı gibi dünya çapında ün yapmış mutfaklar örnek verilebilir.

Turizm açısından bakıldığında turistlerin bir ülkeyi ziyaret etmelerinde mutfak kültürünün önemli etkenlerden biri olduğu dikkat çekmektedir. Özdipçiner’in (2000:188) de vurguladığı gibi yeterli satın alma gücüne, boş zamana ve seyahat etme kültürüne sahip olan kişiler; macera, iş, iklim değişiklikleri, akraba ziyaretleri, öğrenim, aile kökenini araştırma, alış-veriş, değişik kültürlerden insanlarla karşılaşma isteği, evden sıkılma, değişik mutfakların çekiciliği ve benzeri nedenlerle turizme katılmaktadırlar. Doğal

olarak, Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistler de Türk mutfak kültürünü tanımak istemektedirler (Akman ve Hasipek, 1999:217). Ancak, yabancı turistlere ya çoğunlukla geldikleri ülkelere ait yemeklerin sunulduğu ya da Türk yemeklerinin asıl tariflerine ve lezzetlerine uygun olmayan biçimde hazırlanarak sunulması sonucu Türk mutfağının yeterince tanıtılamadığı da gözlemlenmektedir (Budak ve Çiçek, 2002:134). Bu çalışmada da mutfak kavramının kültürle ilişkisinden hareketle Antalya'yı ziyaret eden Alman ve Rus turistlerin Türk mutfağı ile ilgili görüşlerini belirleyebilmek amaçlanmıştır. Yabancı ziyaretçilerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin belirlenmesi, eksik olan yönlerin teşhis edilmesini mümkün kılacak ve bu yönlerin geliştirilmesine ve Türk mutfağının ülkenin önemli çekiciliklerinden biri olarak değerinin artırılmasına katkı sağlayacaktır (Rızaoğlu ve Tanrısevdi, 2001:147).

Çalışmanın ilerleyen kısımlarında öncelikle Türk mutfağı ile ilgili tanıtıcı bir takım bilgilere yer verilmiş, literatür taraması başlığı altında da Türk mutfağını konu alan önceki çalışmaların bulgularına kısaca değinilmiştir. Daha sonra, bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen araştırma ile ilgili bilgiler ve söz konusu araştırmanın bulguları sunulmuştur.

1. Türk Mutfağı

Maviş (2003:58), 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 gerektiğini ve Türk mutfağının dünyanın en zengin mutfaklarından biri olduğunu vurgulamaktadır. Akman ve Mete (1998: 19) de Türk mutfağını, uzun bir tarihsel gelişim süreci sonucunda ortaya çıkan bir mutfak olması bakımından Çin ve Fransız mutfakları ile birlikte anılan

dünyanın üç önemli mutfağından biri olarak göstermektedir. Orta Asya’da başlayan ve bugünkü Türkiye’de biten göçün, diğer ülkelerin fethedilmesi ve bir çok medeniyetin yaşamış olduğu Anadolu’da kurulan imparatorluğun sonucu Türk mutfağı zengin, renkli ve birçok ülkenin özelliklerini bünyesinde toplayan bir mutfak olarak gelişmiştir (Dereli, 1989:2). Türk mutfağında 3.000 çeşidin üzerinde yemek olduğu belirtilmektedir (Aktaş ve Özdemir, 2005:23). Baysal (2002:42) Türk mutfağında yer alan yemekleri içerik ve yapılaş teknikleri açısından çorbalar, kebablar, yahniler, köfteler, sarma ve dolmalar, börekler, pilavlar, etli sebze yemekleri, zeytinyağlı sebze yemekleri, kurubaklagil yemekleri, tavuk, balık, yumurta yemekleri, salatalar, turşular, ekmekler ve tatlılar şeklinde bir sınıflandırmaya tabii tutmaktadır. Ancak, kökeni Türk mutfağında olan birçok yemeğin de zamanla başka adlarla çeşitli ulusların mutfaklarında anılır duruma geldiği bilinmektedir. Gülal ve Korzay (1987:108) bu durumu, Bulgaristan’da lüks restoranlarda sunulan Kurban Csorba (kurban çorbası), Mussaka (musakka), Kavarma (kavurma), Küfteta (köfte), Sics (şiş), Parzsola (pirzola), Sskara (ızgara), Baklava (baklava) gibi yemek isimlerini sıralayarak çok güzel bir şekilde örneklemektedir. Doğanbey (1986:123) de benzer şekilde özellikle Avrupa’da tanınan bir yemek olan gulaşın aslında kökenin Türk mutfağında olduğunu iddia etmektedir. Yazara göre, Osmanlı orduları Viyana’yı kuşatma altına aldıklarında, padişahın askerlerine yani kullarına günde üç öğün tas kebabı türünde bir aş hazırlanmaktadır. Bu yemek besleyici olması bakımından bol et ve bol salçalıdır. Yemeğin adı da kul aşıdır. Ancak, bu yemek daha sonraları Avusturyalılar tarafından gulaş olarak dünyaya tanıtılmıştır.

Türk mutfağının bu denli zengin bir mutfak olarak ortaya çıkmasının altında bu mutfağın tarihsel gelişim süreci yatmaktadır. Türk mutfağının tarihsel gelişimi Orta Asya’ya kadar dayandırılmakta, Selçuklular ve Osmanlı Devleti dönemlerinde de Türk Mutfağında önemli gelişmeler yaşandığı

vurgulanmaktadır (Aktaş ve Özdemir, 2005:24-27, Özdemir, 2001:17; Çetin, 1993:16). Günümüzün değişen koşulları içerisinde irdelediğinde ise Batı kültürlerine açılma, hızlı sanayileşme, kentleşme ve nüfus artışı, kadının çalışma yaşamında daha fazla yer alması, yeni çıkan yemek kitaplarının yabancı mutfaklara ait tarifler içermesi ve benzeri nedenlere Türk mutfağında da değişimler olduğu gözlenmektedir (Akman ve Mete, 1998:19).

Gelenekler açısından bakıldığında, Türk mutfağının doğu ve batı mutfaklarının arasında bir yer teşkil ettiği ileri sürülebilir. Daha ayrıntılı ifade etmek gerekirse, Türk mutfağı yarı özgür bir anlayış içermektedir. Yemeği yapan kişi yemekleri pişirip masaya koymakta, kişi de bunlardan istediğini yemektedir. Yemekler de kaşıkla yenecek kadar küçük parçalara bölünmüştür. Bu özgür bir seçim olmasına karşın lezzet bakımından yemeği yapan kişiye bağımlılık söz konusudur. Batı mutfağında ise, daha bağımlı bir mutfak anlayışı hakimdir. Aşçı yemeğin pişirilişine, düzenine ve neler yeneceğine karar vermiştir. Kişi oturup sırasıyla gelen yemek çeşitlerini yemektedir (Gümüştas, 1992:46). Türk mutfağında yemeklerin yeniliş sırasına bakılınca çoğunlukla yemeğin çorba ile başladığı, hamur işi ya da tatlı ile son bulduğu ve salatanın da yemekle beraber iştah açıcı olarak sunulduğu görülmektedir (Gökyıldız, 2002:12).

Bu açıklamaları tamamlaması açısından Türk mutfağının genel özelliklerine de kısaca değinmekte fayda vardır. Türk mutfağında ekmek hem kültürel anlamda hem de fiziksel anlamda çok önemli bir yere sahiptir. Ekmek için ‘sofralarımızın baş tacı’ ifadesini kullanmak yanlış olmaz, çünkü sabah, öğle ve akşam öğünlerinde bir çok yiyeceğin yanında mutlaka ekmek yenmektedir. Türk mutfağında bir çok yemeğin yapımında yağ da önemli miktarlarda kullanılmaktadır. En çok kullanılan yağ çeşitleri ise; tereyağı, iç yağı, kuyruk yağı ve özellikle Ege Bölgesi’nde zeytinyağıdır. Yemek yapımında soğan ve salça da sıklıkla kullanılan yiyeceklerdir. Et çeşitleri olarak dana ve

kuzu eti tercih edilir. Etlı ve sebzeli yemekler pişirilirken soğan, salça, et, sebzeler bir süre birlikte kavrulur, üzerlerine su ilave edilir ve kısık ateşte pişmeye bırakılır. Yemeklerin görünüşünden çok lezzetli olmasına büyük özen gösterilir. Türk mutfağında tatlılar ve hamur işleri de önemli bir yer tutar. Tatlı çeşitleri içerisinde sütlü ve şerbetli tatlılar, komposto, hoşaf gibi yiyecekler göze çarpmaktadır. Börek, mantı, erişte gibi hamur işleri de Türk mutfağına zenginlik katmaktadır. Yoğurt Türk mutfağına has bir yiyecektir. Sade olarak yenilebildiğı gibi sarımsakla karıştırılıp yemeklerin üzerine dökülebilmekte, salatalık ile karıştırılarak cacık yapılabilmekte, su ile karıştırılarak ayran elde edilebilmekte, meze, çorba ve yemek yapımında, hamur işlerinde ve tatlılarda kullanılabilmektedir. Baharatların ve maydanoz, dereotu, nane gibi otların kullanımı da yaygındır. Yiyeceklerin uzun süre saklanabilmesini sağlamak amacıyla yapılan reçeller ve turşular ile sucuk ve pastırma gibi et türevleri de Türk mutfağı adına vurgulanması gereken yemek çeşitlerindendir.

Türk mutfağı ile ilgili olarak üzerinde durulması gereken önemli bir konu da Türk yemeklerinin besleyici değeridir. Baysal (2002:44) Türk yemeklerinin beslenme ve sağlık açısından bir takım üstünlüklere sahip olduğunu ve bu üstünlüklerin de Türk yemeklerinin tek yönlü olmamasından kaynaklandığını ileri sürmektedir. Zira, Türk yemekleri dengeli beslenmeyi sağlayacak şekilde değişik besin gruplarından yeteri kadar alınmasına olanak tanıyabilmektedir. Ancak yazar, bazı yemeklerin gereğinden çok yağ içermesi, bazı yemeklerin (kebab gibi) doğrudan ateşle temas ederek pişirilmesi, bazı yemeklerin yüksek ateşte pişirilmesi gibi uygulamaların Türk mutfağının sağlık açısından olumsuz yönleri olduğunu da vurgulamaktadır.

2. Literatür Taraması

Konu ile ilgili literatürde Türkiye’yi bir tatil destinasyonu olarak ziyaret eden yabancı turistlerin Türk mutfağına ilişkin beğenileri ve olumsuz buldukları yönleri ölçmeye çalışan araştırmaların ağırlıkta olduğu görülmektedir. Aşağıda bu çalışmalar kısaca değinilmiştir.

Akman ve Hasipek (1999) tarafından Antalya’da yapılan bir araştırmada, ankete aktılanların % 71.2’sinin Türk mutfağına ait yemekleri tattıkları ve Türk yemekleri ile ilgili beğenilerinin genellikle olumlu olduğu belirlenmiştir.

İnternet üzerinden yabancı turistlere anket uygulanarak yapılan bir araştırmaya göre de cevaplayıcıların % 59’u Türkiye’ye gelmelerinde Türk mutfağının etkili olduğunu belirtmiştir. Cevaplayıcılara konakladıkları tesislerde Türk mutfağını tercih edip etmedikleri sorulduğunda ise % 97.1’inin tercih ettiği saptanmıştır. Cevaplayıcıların % 80’i Türk yemeklerinden memnun kaldıklarını ifade etmiş, % 13.3’lük bir kısmı yemeklerin daha az yağlı ve % 2.9’luk bir kısmı da daha az salçalı olması gerektiğini belirtmiştir (Arslan vd. 2002).

Budak ve Çiçek (2002) tarafından Didim, Kayseri ve Kapadokya bölgesindeki otellerde konaklayan yabancı turistlerin Türk yemeklerine ilgilerini, yemeklere ve servis ortamlarına bakış açılarını belirlemek amacıyla yapılan bir çalışmada da ankete katılanların % 46.1’i Türkiye’de yedikleri yemeklerin lezzetli ve çeşitli olmasının Türkiye’ye tekrar gelmelerinde etkili olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca, araştırmaya dahil edilenlerin % 50’si Türkiye’ye gelmeden önce kitap, broşür ve seyahat acentası gibi kaynaklardan Türk yemekleri ile ilgili bilgi edindiklerini belirtmişlerdir. Turistlere, Türk yemekleri ile ilgili görüşleri sorulduğunda büyük bir çoğunluğu (% 74 ile % 85 arası) lezzet, görünüş, miktar ve çeşit yönünden yemekleri olumlu değerlendirmiştir. Cevaplayıcıların % 65’i ise Türk yemeklerini normal yağlı bulmuştur. Bu olumlu değerlendirmelere karşın cevaplayıcıların % 77.1’i Türk tatlılarını ağır bulduklarını ifade etmişlerdir.

Örer (1995) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmaya göre de, Türk mutfağının yabancı turistler tarafından görünüş, lezzet, porsiyon miktarı ve yemeklerin çeşitliliği gibi ölçütler açısından beğenildiği ancak, yemeklerin yağlı olmasının bir olumsuzluk olduğu saptanmıştır. Ayrıca, bu çalışmada turistlerin önemli bir kısmının (yaklaşık % 62) Türk yemeklerini beğendikleri için tekrar ülkemizi seçtikleri de saptanmıştır.

Rızaoğlu ve Tanrısevdi (2001) tarafından Kuşadası'na gelen yabancı ziyaretler üzerine yapılan bir araştırmaya göre de cevaplayıcıların % 52'si daha önce Türk yemeklerini tattıklarını ifade etmişlerdir. Türk yemeklerinin tercih edilmesinde tat birinci sırada yer alırken, onu sırasıyla renk, sıcaklık, tazelik, içerik, sindirim, beslenme değeri ve şekil izlemiştir. Araştırmanın sonuç kısmında ise Türk yemeklerinin araştırma kapsamında yer alan yabancılar tarafından beğenildiği vurgulanmıştır.

Yukarıda kısaca betimlenen çalışmalarda elde edilen bulgular da göstermektedir ki yabancı ziyaretçilerin önemli bir kısmı Türk mutfağı ile ilgili olumlu görüşlere sahiptir. Ancak, özellikle yemeklerin yağlı ve salçalı olması, tatlıların da ağır bulunması Türk mutfağı ile ilgili belli başlı olumsuzluklar olarak göze çarpmaktadır. Yabancı ziyaretçilerin bir bölümünün ülkeye gelmeden önce çeşitli kaynaklardan Türk mutfağı ile ilgili bilgi edindikleri ve Türkiye'yi seçmelerinde Türk mutfağının etkili olduğu da çarpıcı sonuçlar arasında yer almaktadır. Çok genel bir ifade ile özetlemek gerekirse, Tüsrk mutfağı kültürel değerine ek olarak turizm endüstrisi için önemli bir potansiyel çekicilik unsuru durumundadır.

3. Araştırma

Bu başlık altında, Antalya'yı ziyaret eden Alman ve Rus turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerini belirlemek üzere gerçekleştirilen araştırmanın yöntemine ve bulgularına yer verilmiştir. Araştırmanın Antalya'da

gerçekleştirmesinin nedeni, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2004 yılı verilerine göre Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin % 34,52 gibi önemli bir oranının Antalya'yı tercih etmesidir (www.kultur.gov.tr). Araştırmanın Alman ve Rus turistlere yöneltilmesinin nedeni ise Antalya'yı ziyaret eden yabancı turistler içerisinde Alman ve Rusların en yüksek oranları olarak ilk sıraları paylaşıyor olmalarıdır. Örneğin, 2005 yılı Ocak-şubat aylarında Antalya'ya toplam 325.974 yabancı turist gelmiştir. Bu sayının 208.748 adedini Alman turist ve 76.800 adedini de Rus turistler oluşturmaktadır (www.turizm gazetes i .com).

3.1. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmada veri toplama aracı olarak anket yönteminden yararlanılmıştır. Anket yöntemi daha düşük maliyetle daha çok soruya yanıt almayı (Tanrısevdi ve Hançer, 2003:123), daha fazla kişiye ulaşabilmeyi ve verileri sayısal olarak ifade edebilmeyi (Okumuş, 2001:239) olanaklı kılması nedeni ile tercih edilmiştir.

Araştırmada kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerini belirleyebilmek amacıyla literatür taraması sonucu oluşturulan oniki maddeli bir ölçek yer almaktadır. Konu ile ilgili literatürde yer alan çalışmalarda (Budak ve  i ek 2002;  rer 1995; Rızaoğlu ve Tanrısevdi 2001) cevaplayıcıların Türk mutfağı ile ilgili görüşleri ölçülürken yemeklerin lezzeti, çeşitliliği, içerdiği yağ ve salça miktarı, görünüşü, sindirilebilme özelliği, besleyici özelliği, porsiyon miktarları, tatlıların ağırlığı gibi ölçütlerin dikkate alındığı görülmektedir. Bu çalışmada kullanılan ölçeğin geliştirilmesinde söz konusu ölçütlerden yararlanılmış ve ölçekte yer alan önermeler ortaya çıkarılmıştır. Ancak, yukarıda sayılan ölçütlere bir de turistlerin yemeklerin hijyenik olup olmaması ile ilgili algılamalarını ölçebilmek amacıyla hijyen ölçütü de eklenmiştir. Zira, bir çok çalışmada gerek konaklama işletmeleri ve yeme-içme işletmeleri gerekse de bu işletmelerin ürün ve

hizmetlerinin tüketicileri için hijyenin önemi vurgulanmaktadır (Walczak, 1999; Şanlıer vd. 2002; Buyruk ve Şahin, 2002; Baş vd. 2002; Okumuş, 2002). Ayrıca, bir yemeğin kalitesi değerlendirilirken yukarıda sıralanan ölçütlerle de örtüşecek biçimde yemeğin besin değeri, lezzeti, görünüşü ve temizliği gibi faktörlerin dikkate alınması gerektiği de vurgulanmalıdır (Kutluay ve Birer, 1988:82-89). Cevaplayıcılardan ölçekteki her bir önermeyi 5 noktalı bir ölçek üzerinden değerlendirmeleri istenmiştir. Ölçekte hem olumlu hem de olumsuz önermelere yer verilmiştir. Olumlu önermeler hiç katılmıyorum = 1, katılmıyorum = 2, kararsızım = 3, katılıyorum = 4 ve tamamen katılıyorum = 5 olacak şekilde kodlanmıştır. Olumsuz önermeler ise; hiç katılmıyorum = 5, katılmıyorum = 4, kararsızım = 3, katılıyorum = 2 ve tamamen katılıyorum = 1 şeklinde kodlanmıştır. Oniki önermeden oluşan ölçeğin güvenilirliğini belirlemek amacı ile Cronbach Alpha değeri hesaplanmıştır. Bu değer 0,7710 olarak bulunmuştur. Söz konusu katsayı da güvenilirlik ölçütü olarak kabul edilebilen 0.50 ile 0.90 aralığında bir değer olduğundan (Nunnally, 1978) ölçeğin güvenilir olduğu ileri sürülebilir.

Anket formunun ikinci bölümünde, turistlerin Türk yemeklerini tadıp tatmadığı, Türk yemeklerini beğenip beğenmediği, Türkiye'yi bir tatil destinasyonu olarak seçmelerinde Türk mutfağının etkili olup olmadığı, Türkiye'ye gelmeden önce Türk mutfağı ile ilgili bilgi alıp almadıkları ve aldılarsa hangi kaynaklardan bilgi edindiklerini belirleyebilmek amacıyla oluşturulmuş sorular yer almaktadır. Anket formunun üçüncü bölümü ise, cevaplayıcıların cinsiyeti, yaşı, eğitim durumu ve milliyeti gibi özelliklerini kapsayacak şekilde demografik sorulardan oluşmaktadır. Anket formunda yer alan sorular Almanca ve Rusça'ya çevrilmiş ve böylece Almanlara ve Ruslara ayrı ayrı yöneltilmek üzere iki tür anket formu elde edilmiştir.

Araştırmanın çalışma evrenini, Antalya'yı ziyaret eden Alman ve Rus turistler oluşturmaktadır. Antalya Havaalanı Dış Hatlar Terminali verilerine göre

2004 yılında Ocak ve Temmuz ayları arasında Antalya'ya havayolu ile gelen Alman turist sayısı 1.239.876, Rus turist sayısı ise 587.777 kişi olarak gerçekleşmiştir (Resort Turizm ve Seyahat Dergisi, 2004:64). Araştırma örnekleminin belirlenmesinde, daha önce yapılmış olan çalışmaların örneklem sayıları göz önünde bulundurulmuştur. Örneğin Akman ve Hasipek (2000) çalışmalarında 1000 yabancı turiste anket uygulamışlardır. Diğer taraftan, Budak ve Çiçek (2002) 35 adet turisti, Arslan ve arkadaşları (2002) 105 adet turisti, Rızaoğlu ve Tanrısevdi (2001) de 592 adet turisti araştırmalarına dahil etmişlerdir. Baş (2001:46) tarafında verilen bir tabloya göre, hedef kitle büyüklüğünün 1.000.000 kişinin üzerinde olduğu durumlarda, örnekleme alınan bireylerin ankete konu olan özellik açısından benzerlik gösterip göstermediği ve örnekleme hatası (anlamlılık düzeyi) gibi faktörler de dikkate alındığında 61 ile 1067 arası anketin yeterli olacağı öne sürülmektedir. Antalya'yı ziyaret eden Alman ve Rus turistlerin toplam sayısının 1.000.000 rakamını aştığı olgusu ve daha önceki çalışmalarda ulaşılan örneklem sayıları da göz önünde bulundurulduğunda, bu çalışmanın örneklem büyüklüğü 1000 kişi ile sınırlandırılmıştır. Araştırmanın karşılaştırmalı bir çalışma olduğu da düşünüldüğünde Alman ve Rus turistler açısından denk sayıda anket formu elde edebilmek adına 500 adet Almanca ve 500 adet de Rusça anket formu çoğaltılmıştır.

Anket formları Antalya'ya Alman ve Rus turist getiren seyahat acentalarından yardım alınarak doldurulmuştur. Söz konusu acenta yöneticileri ile temasa geçilmiş ve turistlerin Antalya'dan ayrılması sırasında anket formlarının kendilerine dağıtılması istenmiştir. Bunun için acentalarda görevli rehberler yardımı ile anketler dağıtılmış, doldurtulmuş ve toplanmıştır. Anketler dağıtılmaya başlamadan önce rehberlere araştırmanın amacı, önemi, anket formunun yapısı ve nasıl doldurulacağı ile ilgili açıklamalar yapılmıştır. Anket uygulaması sonucu Rus ziyaretçiler tarafından doldurulan 151 adet ve Alman

ziyaretçiler tarafından doldurulan 162 adet olmak üzere toplamda 313 adet anket formu toplanabilmiştir. Böylece geri dönüş oranı % 31,3 olarak gerçekleşmiştir.

Anket formu aracılığı ile toplanan veriler SPSS 10.0 paket programına girilerek analizlere tabi tutulmuştur. Demografik değişkenlere ilişkin verilerin yorumlanması ve turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin tespit edilmesi amacıyla frekans ve yüzde analizinden yararlanılmıştır. Turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin onların demografik özellikleri itibari ile farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacı ile Mann Whitney U ve Kruskal Wallis gibi parametrik olmayan analizlerden yararlanılmıştır.

3.2. Araştırmanın Bulguları

Araştırma kapsamında anket yöntemi ile toplanan verilerin çeşitli istatistiksel analizlere tabi tutulması sonucu elde edilen bulgular aşağıdaki kısımlarda demografik bulgular, turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşleri, turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin onların demografik özelliklerine göre değişimi gibi başlıklar altında sunulmaya çalışılmıştır.

3.2.1. Demografik Bulgular

Demografik değişkenlere ilişkin bulgular aşağıda Tablo 1’de yüzde ve frekans dağılımları şeklinde verilmiştir.

Tablo 1’de yer alan sonuçlar incelendiğinde araştırma kapsamında yer alan yabancı turistlerin yaklaşık % 53’ünün bayan ve % 47’sinin de bay olduğu anlaşılmaktadır. Örneklemin yaklaşık % 64 gibi bir oranla daha çok 35 yaş ve üstü kişilerden oluştuğu görülmektedir. Turistlerin yaklaşık % 46 gibi önemli bir çoğunluğu üniversite mezunu durumundadır ve bunu % 29’luk bir oranla lise mezunları, % 21’lik bir oranla ilk öğretim mezunları ve % 4 gibi bir oranla da lisans üstü eğitim almış olanlar izlemektedir. Ankete katılan turistlerin yaklaşık olarak % 52’si Alman ve % 48’i de Ruslardır.

Tablo 1. Demografik Bulgular

	Sayı	Yüzde
Cinsiyet		
Bayan	166	53,2
Bay	146	46,8
Yaş		
15-25 arası	52	16,8
26-35 arası	60	19,4
36-45 arası	95	30,7
46 ve üstü	102	33,0
Eğitim durumu		
İlk öğretim	64	21,1
Lise	88	29,0
Üniversite	139	45,9
Lisans üstü	12	4,0
Milliyet		
Alman	162	51,8
Rus	151	48,2

3.2.2. Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşleri

Araştırmanın yöntemi başlığı altında da değinildiği üzere anket formu aracılığıyla turistlerin Türk yemeklerini tadıp tatmadığı, Türk yemeklerini beğenip beğenmediği, Türkiye'yi bir tatil destinasyonu olarak seçmelerinde Türk mutfağının etkili olup olmadığı, Türkiye'ye gelmeden önce Türk mutfağı ile ilgili bilgi alıp almadıkları ve aldılarsa hangi kaynaklardan bilgi edindikleri de sorulmuştur. Böylece, bu sorulara alınan cevapların turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerini tamamlayacağı varsayılmıştır. Tablo 2'de turistlerin söz konusu sorulara verdikleri cevapların dağılımı yer almaktadır.

Tablo 2'deki sonuçlara göre, araştırma kapsamındaki turistlerin yaklaşık % 96'sı Türk yemeklerini tattığını belirtmiştir. Yaklaşık % 87 gibi yüksek bir oranla turistlerin çok büyük bir kısmı Türk yemeklerini beğendiklerini ifade etmiştir. Ancak, Türkiye'yi bir tatil destinasyonu olarak seçmelerinde Türk mutfağının etkili olduğunu söyleyenlerin oranı yaklaşık olarak % 20 düzeylerinde kalmıştır. Turistlerin % 50'sinin Türkiye'ye gelmeden önce tanıdıklar (% 17,6); internet, televizyon ve benzeri diğer kaynaklar (% 14,7); kitap (% 8,9); seyahat acentası (% 7,3) ve broşür (% 4,5) gibi kaynaklardan Türk mutfağı ile ilgili bilgi edindikleri saptanmıştır.

Tablo 2. Turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşleri (I)

	Sayı	Yüzde
Türk yemeklerini tatma		
Evet	299	95,5
Hayır	13	4,5
Türk yemeklerini beğenme		
Beğenenler	13	87,2
Kararsızlar	26	8,3
Beğenmeyenler	273	4,5
Türkiye'yi seçmede Türk mutfağının etkisi		
Evet	62	19,9
Hayır	250	80,1
Türk mutfağı ile ilgili bilgi edinme		
Evet	157	50,2
Hayır	156	49,8
Bilgi edinme kaynakları		
Tanıdıklar	55	17,6
Internet, televizyon ve benzeri	46	14,7
Kitap	28	8,9
Seyahat acentası	23	7,3
Broşür	14	4,5

Araştırma kapsamına alınan Alman ve Rus turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerini tam olarak ele alıp inceleyebilmek için bu amaçla geliştirilmiş olan ölçekte yer alan önermelere turistler tarafından verilen cevapların da irdelenmesi gerekmektedir. Tablo 3’de araştırmaya katılan turistlerin, Türk mutfağına ilişkin görüşlerini ölçmeyi amaçlayan ölçekte yer alan önermelere verdikleri cevaplar yüzde dağılımları şeklinde sunulmuş ve turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşleri yüzde analizi yolu ile incelenmiştir. Bu amaçla

araştırmaya katılan turistler verdikleri cevaplar dikkate alınarak önermelere katılanlar, kararsızlar ve katılmayanlar şeklinde üç ana grupta toplanmıştır. Bunu sağlayabilmek için önermelere tamamen katıldığını ifade edenler ile katıldığını belirtenlerin sayısı toplanmış ve önermelere katılanlar grubu oluşturulmuştur. Benzer şekilde önermelere katılmayanlar grubunu oluşturmak için de hiç katılmayanlar ile katılmayanların sayısı toplanmıştır. Bu işlemlerin ardından yüzdeler alınmıştır.

Tablo 3. Turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşleri (II)

Önermeler	% Katılmayanlar	% Kararsızlar	% Katılanlar
1. Türk yemeklerini lezzetli buluyorum.	4,5	9,9	85,6
2. Türk mutfağının çok çeşitli yemeklerden oluştuğunu düşünüyorum.	7,7	7,3	85,0
3. Türk yemeklerini fazla yağlı buluyorum.	54,4	18,4	27,2
4. Türk yemeklerinin görünüşünü çekici buluyorum.	7,7	12,2	80,1
5. Türk mutfağında yer alan tatlıların oldukça ağır olduğunu düşünüyorum.	7,4	15,5	77,1
6. Türk yemeklerinin hijyenik ortamlarda hazırlandığını düşünüyorum.	7,4	15,5	77,1
7. Türk yemeklerinin sindiriminin kolay olduğunu düşünüyorum.	9,0	18,4	72,6
8. Türk yemeklerinin besleyici olduğunu düşünüyorum.	11,3	18,6	70,1
9. Türk yemeklerinin çok baharatlı olduğunu düşünüyorum.	15,4	10,9	73,6
10. Türk yemeklerini damak tadıma uygun buluyorum.	15,7	14,4	70,0
11. Türk yemeklerinin doyurucu olduğunu düşünüyorum.	12,0	9,7	78,2
12. Bir çok Türk yemeğinin fazla miktarda salça içerdiğini düşünüyorum.	44,4	27,5	28,1

Tablo 3’ deki sonuçlar itibariyle bakıldığında, turistlerin çok büyük bir kısmının (yaklaşık olarak % 70 ile % 85 arasında) Türk yemeklerinin lezzetli

olduğunu, Türk mutfağının çok çeşitli yemeklerden oluştuğunu, Türk yemeklerinin çekici bir görünüme sahip olduğunu, Türk yemeklerinin hijyenik koşullarda hazırlandığını, Türk yemeklerinin sindiriminin kolay olduğunu, Türk yemeklerinin besleyici olduğunu, Türk yemeklerinin kendi damak tatlarına uygun olduğunu ve Türk yemeklerinin doyurucu olduğunu düşündüklerini söylemek mümkün görünmektedir. Turistlerin bir çoğunun bu olumlu görüşlerine karşın, Türk yemeklerinin fazla yağlı olması, Türk tatlılarının ağır olması, Türk yemeklerinin baharatlı olması ve Türk yemeklerinin bir çoğunda fazla miktarlarda salça olması gibi noktalarda bir takım olumsuz görüşlere sahip olan turist oranı da dikkat çekici düzeydedir.

3.2.3. Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Onların Demografik Özelliklerine Göre Değişimi

Bu başlık altında turistlerin Türk mutfağı ile ilgili görüşlerinin onların cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve milliyet gibi demografik özelliklerine göre değişip değişmediğini tespit etmek amacıyla gerçekleştirilen analizlerin bulgularına değinilmeye çalışılmıştır. Analizlerin gerçekleştirilmesinde parametrik testler yerine parametrik olmayan testlerden yararlanılmasının başlıca nedeni ise, parametrik testlerin en az aralık ölçeği gerektirmesi (Büyüköztürk, 2002:7) ölçütünün karşılanamamış olmasıdır. Zira, analizlerde yer alan bağımlı değişkenlerin tümü sıralama ölçeği ile ölçülmüş durumdadır. Bağımsız değişkenin cinsiyet ve milliyet olduğu durumlarda Mann Witney U testinden, eğitim durumu ve yaş grubu olduğu durumlarda ise Kruskal Wallis testinden yararlanılmıştır. Test sonuçları 4, 5, 6 ve 7 numaralı tablolarda gösterilmektedir.

Tablo 4. Cinsiyet değişkeni için Mann Witney U testi sonuçları

	Sıra değerleri		P değeri
	Erkek	Kadın	
Türk mutfağını beğenme	154,70	158,54	,665
Türk yemeklerinin lezzeti	154,16	159,16	,587
Türk mutfağının eşitliliği	163,28	148,79	,120
Türk yemeklerinin yağlı olması	161,40	150,93	,285
Türk yemeklerinin ekiciliği	161,61	150,68	,242
Türk mutfağında yer alan tatlıların ağır olması	154,48	158,79	,654
Türk yemeklerinin hijyenik olması	151,95	161,67	,318
Türk yemeklerinin sindirim kolaylığı	155,84	157,25	,880
Türk yemeklerinin besleyiciliği	156,78	156,18	,950
Türk yemeklerinin baharatlı olması	154,26	159,05	,618
Türk yemeklerinin damak tadına uygunluğu	155,57	157,55	,835
Türk yemeklerinin doyuruculuğu	158,47	154,26	,658
Türk yemeklerinin salça miktarı	160,17	152,33	,428

Araştırma kapsamındaki turistlerin Türk yemeklerini nasıl buluyorsunuz sorusuna verdikleri cevaplar onların cinsiyetleri itibariyle herhangi bir değişim göstermemektedir. Başka bir anlatımla, cinsiyet turistlerin Türk mutfağına ilişkin beğenilerini etkilememektedir. Ölçekte yer alan her bir önerme itibariyle incelendiğinde de cinsiyetin herhangi bir değişime neden olmadığı tespit edilmiştir. Ancak, eğitim durumu, yaş ve milliyet gibi demografik değişkenler turistlerin Türk mutfağına ilişkin beğenilerinde değişmelere neden olmaktadır.

Tablo 5. Eğitim durumu değişkeni için Kruskal Wallis testi sonuçları

	Sıra değerleri				P değeri
	İlköğr	Lise	Ünv.	Lis. Üstü	
Türk mutfağını beğenme	170,10	158,81	142,52	115,33	,026*
Türk yemeklerinin lezzeti	161,28	158,76	142,58	162,00	,293
Türk mutfağının çeşitliliği	166,28	157,31	143,02	140,88	,216
Türk yemeklerinin yağlı olması	153,96	152,10	151,25	149,50	,996
Türk yemeklerinin çekiciliği	152,87	163,78	145,63	134,75	,338
Türk mutfağında yer alan tatlıların ağır olması	133,38	154,57	158,17	160,92	,232
Türk yemeklerinin hijyenik olması	175,41	158,91	136,98	150,46	,017*
Türk yemeklerinin sindirim kolaylığı	142,33	165,59	150,37	122,83	,159
Türk yemeklerinin besleyiciliği	182,59	148,26	141,94	132,92	,007*
Türk yemeklerinin baharatlı olması	143,16	144,01	161,19	151,25	,346
Türk yemeklerinin damak tadına uygunluğu	175,07	156,50	141,70	115,29	,018*
Türk yemeklerinin doyuruculuğu	183,04	150,65	141,57	117,17	,003*
Türk yemeklerinin salça miktarı	157,27	160,63	142,86	166,42	,374

* Test sonucu 0,05 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Eğitim durumu açısından bakıldığında eğitim düzeyi yüksek olan turistlerin Türk mutfağına ilişkin beğenilerinin diğer eğitim düzeyindekilere göre daha olumsuz olduğu anlaşılmaktadır. Ölçekteki önermeler tek tek ele alındığında, eğitim durumu turistlerin “Türk yemeklerinin hijyenik olması”; “Türk yemeklerinin besleyiciliği”; “Türk yemeklerinin damak tadına uygunluğu” ve “Türk yemeklerinin doyuruculuğu” şeklindeki dört önermeye yaklaşımlarında değişmelere neden olmaktadır. Tablo 5’deki sonuçlara dayanarak, eğitim düzeyi yükseldikçe turistlerin söz konusu önermelere yaklaşımlarının olumsuzlaştığı söylenebilmektedir.

Tablo 6. Yaş değişkeni için Kruskal Wallis testi sonuçları

	Sıra değerleri				P değeri
	15-25 arası	26-35 arası	36-45 arası	46 ve üstü	
Türk mutfağını beğenme	126,88	153,35	168,37	165,09	,009*
Türk yemeklerinin lezzeti	142,49	150,60	159,51	166,40	,308
Türk mutfağının çeşitliliği	144,75	133,57	182,87	153,41	,001*
Türk yemeklerinin yağlı olması	128,90	152,08	172,71	160,69	,024
Türk yemeklerinin çekiciliği	148,17	147,98	174,91	150,48	,091
Türk mutfağında yer alan tatlıların ağır olması	146,73	144,19	180,24	148,53	,016*
Türk yemeklerinin hijyenik olması	121,93	142,62	165,59	176,72	,001*
Türk yemeklerinin sindirim kolaylığı	149,22	164,78	154,27	159,24	,750
Türk yemeklerinin besleyiciliği	138,85	139,20	147,15	186,61	,000*
Türk yemeklerinin baharatlı olması	149,05	166,04	145,48	166,77	,233
Türk yemeklerinin damak tadına uygunluğu	135,13	148,63	162,38	168,91	,078
Türk yemeklerinin doyuruculuğu	145,47	145,26	172,57	155,74	,138
Türk yemeklerinin salça miktarı	137,58	160,57	148,75	173,25	,066

* Test sonucu 0,05 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır s

Yaş itibariyle bakılınca, daha genç yaşta olanların Türk mutfağına ilişkin beğenilerinin diğer yaş gruplarındakilere göre daha olumsuz olduğu saptanmıştır. Ölçekteki önermeler açısından tek tek irdelendiğinde, turistlerin “Türk yemeklerinin hijyenik olması”; “Türk mutfağının çeşitliliği” ve “Türk yemeklerinin besleyiciliği” şeklindeki önermeler karşısında yaş arttıkça daha olumlu bir yaklaşım sergiledikleri anlaşılmaktadır.”Türk mutfağında yer alan tatlıların ağır olması” önermesi karşısında ise 36-45 yaş arasındakilerin diğerlerine göre daha olumlu olduğu söylenebilir.

Tablo 7. Milliyet değişkeni için Mann Witney U testi sonuçları

	Sıra değerleri		P değeri
	Alman	Rus	
Türk mutfağını beğenme	171,14	141,83	,001*
Türk yemeklerinin lezzeti	168,61	144,54	,009
Türk mutfağının çeşitliliği	154,44	159,75	,569
Türk yemeklerinin yağlı olması	149,85	164,67	,131
Türk yemeklerinin çekiciliği	153,43	160,83	,428
Türk mutfağında yer alan tatlıların ağır olması	141,86	173,24	,001*
Türk yemeklerinin hijyenik olması	183,36	128,72	,000*
Türk yemeklerinin sindirim kolaylığı	143,35	171,64	,002*
Türk yemeklerinin besleyiciliği	184,19	127,83	,000*
Türk yemeklerinin baharatlı olması	158,64	155,24	,723
Türk yemeklerinin damak tadına uygunluğu	173,91	138,86	,723
Türk yemeklerinin doyuruculuğu	164,00	149,49	,127
Türk yemeklerinin salça miktarı	172,48	140,40	,001*

* Test sonucu 0,05 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Milliyet açısından ele alındığında Alman turistlerin Rus turistlere göre Türk mutfağını daha çok beğendiği söylenebilmektedir. Ölçekteki önermeler ayrı ayrı incelendiğinde, milliyet değişkeni turistlerin “Türk mutfağında yer alan tatlıların ağır olması”; “Türk yemeklerinin hijyenik olması”; “Türk yemeklerinin sindirim kolaylığı”; “Türk yemeklerinin besleyiciliği” ve “Türk yemeklerinin salça miktarı” şeklindeki önermelere yaklaşımlarında değişmelere neden olmaktadır. Buna göre, Alman turistler Rus turistlere nazaran “Türk yemeklerinin hijyenik olması”; “Türk yemeklerinin besleyiciliği” ve “Türk yemeklerinin salça miktarı” daha olumlu bir yaklaşım sergilerken, Rus turistler “Türk mutfağında yer alan tatlıların ağır olması” ve “Türk yemeklerinin sindirim kolaylığı” şeklindeki önermeler itibarıyla daha olumlu görüşler bildirmişlerdir.

3.3. Tartışma

Bu çalışma çerçevesinde gerçekleştirilen araştırma ile elde edilen bulgulara göre genel olarak Antalya'yı ziyaret eden Alman ve Rus turistlerin Türk mutfağını beğendikleri söylenebilir. Bu sonuç, literatür taraması kısmında değinilen ve Budak ve Çiçek (2002), Örer (1995), Rızaoğlu ve Tanrısevdi (2001), Arslan ve arkadaşları (2002), Akman ve Hasipek (1999) gibi araştırmacıların ulaştığı bulgularla da tutarlılık göstermektedir. Ayrıca, bu çalışma ile turistlerin Türkiye'yi bir tatil destinasyonu olarak seçmelerinde Türk mutfağının etkili olduğu da ortaya konmuştur. Bu sonuç oranlar değişmekle beraber Arslan ve arkadaşları (2002), Örer (1995) gibi araştırmacılar tarafından daha önce gerçekleştirilen araştırmaların bulguları ile de örtüşür niteliktedir. Budak ve Çiçek (2002), Örer (1995), Arslan ve arkadaşları tarafından gerçekleştirilen çalışmalarda da ortaya konduğu gibi bu çalışmanın ulaştığı diğer bir önemli bulgu da turistlerin bir kısmının Türk mutfağı ile ilgili olarak yemeklerin fazla yağlı, salçalı, baharatlı olması ve Türk tatlılarının ağır olması gibi noktalarda olumsuz görüşlere sahip oldukları yönündedir. Yine de genel bir değerlendirme yapmak gerekirse Antalya'yı ziyaret eden Alman ve Rus turistlerin çok büyük bir kısmı Türk mutfağı ile ilgili olumlu görüşlere sahiptir.

Elde edilen bu bulgular, konaklama işletmelerinde turistlerin beğenisini kazanan ve ilgisini çeken bir mutfak olarak Türk mutfağının sunulmasının gerekliliğini bir kez daha vurgular görünmektedir. Ancak, daha önce gerçekleştirilen çalışmaların da gösterdiği gibi Türk mutfağına bir çok konaklama işletmesinde yeterince ve hak ettiği biçimde yer verilememektedir (Akman ve Hasipek 1999; Budak ve Çiçek 2002). Bunun önemli bir nedeni Türk mutfağının ticari mutfak olarak uygulanmasının güç olmasından kaynaklanmaktadır (Dereli, 1989:2). Zira yapılan araştırmalar da Türk mutfağının yüksek maliyet gerektiren ve emek isteyen bir mutfak olduğunu ortaya koymaktadır. Örneğin, Toygar (1993) tarafından Antalya kent

merkezinde faaliyette bulunan yirmi adet yiyecek-içecek işletmesinde yapılan bir araştırmada; bu işletmelerin tamamının kuruluş aşamasında menülerinde Türk yemeklerine yer verdiği ancak, on yıllık bir süre içerisinde onyedi işletmenin geleneksel yemekleri bırakarak hızlı yemek pazarına yöneldiği şeklinde bir sonuca ulaşılmıştır. İşletme yöneticileri hızlı yemek pazarına yöneltmelerinin başlıca nedeni olarak geleneksel yemeklerin maliyetli oluşunu göstermişlerdir. Kınay ve arkadaşları (1999) tarafından Antalya’da faaliyette bulunan beş yıldışlı otellerde yapılan bir başka araştırmaya göre ise, yemeklerin hazırlanışı bakımından Uzak Doğu ve İtalyan mutfaklarına kıyasla Türk ve Fransız mutfaklarının zor mutfaklar olduğu saptanmıştır. Daha yakın bir tarihte gerçekleştirilen bir başka çalışmada da Türk mutfağının yüksek düzeyde maliyet ve el emeği gerektiren bir mutfak olduğu ortaya konmuştur (zdemir, 2003). Uygulamadaki tüm zorluğuna ve güçlüğüne karşın, konaklama işletmeleri yöneticilerinin Türk mutfağının, Türkiye turizmi ve Türkiye’yi ziyaret eden yabancı turistler için ne denli önemli olduğunu anlamalarında büyük fayda vardır. Bir konaklama işletmesi için yiyecek-içecek hizmetlerinin önemi bir çok kaynakta (Davis ve Stone 1992; Aktaş 2001; Türksoy 2002, Ninemeier, 1990) açıkça vurgulanmaktadır. Konaklama işletmelerinde yiyecek-içecek hizmetlerinin başarısı da büyük ölçüde işletmenin hedef pazarında yer alan tüketicilerin (turistlerin) değişen ihtiyaç ve beklentilerine cevap verebilecek hizmeti sunabilmeye bağlıdır (Siguaw ve Enz, 1999:50). Türk mutfağı, Türkiye’yi ziyaret eden yabancı turistler için önemli bir çekicilik unsurudur ve turistlerin beklentilerine büyük ölçüde cevap verebilmektedir. Bu nedenle, başarılı bir yiyecek-içecek hizmeti sunmak isteyen bir konaklama işletmesinin, maliyeti ve uygulama zorluğu nedeniyle Türk mutfağını tamamen göz ardı etmesi ya da uygulasa da hak etmediği biçimde sunması düşünülemez. Bir kez daha vurgulamak gerekirse, konaklama işletmelerinde Türk mutfağına hak ettiği biçimde yer verilmesi hem yabancı turistlerin Türk mutfağına ilişkin

beklentilerine cevap vermek hem de Türk mutfağını tanıtmak açısından bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır (Özdemir, 2003:39).

Sonuç

Antalya'yı ziyaret eden Alman ve Rus turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerini tespit etmek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada ortaya çıkan en önemli sonuç bazı noktalarda olumsuz denebilecek nitelikte görüşler belirtmiş olmalarına karşın turistlerin büyük bir çoğunluğunun Türk mutfağı ile ilgili görüşlerinin olumlu olduğudur. Olumsuz görüşlerin ise; Türk mutfağında yer alan tatlıların ağır olması, bazı yemeklerin fazla yağlı, salçalı ve baharatlı olması gibi noktalarda toplandığı dikkat çekmektedir. Buna karşın turistlerin çok büyük bir kısmı Türk mutfağındaki yemekleri lezzetli, çeşitli, görünüş açısından cazip, hijyenik, sindirimi kolay, besleyici, damak tatlarına uygun ve doyurucu bulmaktadır.

Bu çalışmanın ulaştığı önemli ve çarpıcı nitelikteki bir başka sonuç da nispeten düşük bir oranla da olsa turistlerin bir kısmının Türkiye'yi seçmelerinde Türk mutfağına önemli bir etken olmasıdır. Söz konusu oranın yükseltilmesi yani Türk mutfağına çekicilik unsuru olarak değerinin artırılması ise, büyük ölçüde konaklama işletmelerindeki Türk mutfağı uygulamalarına ve Türk mutfağı adına gerçekleştirilecek kapsamlı bir tanıtım çalışmasına bağlı olmaktadır. Bu çalışmada ortaya konduğu biçimi ile turistlerin yarısı Türkiye'ye gelmeden önce Türk mutfağı ile ilgili bilgi edinmektedir. Bilgi kaynaklarının başında ise tanıdıklar gelmektedir. Seyahat acentası, internet, televizyon, kitap ve broşür gibi kaynaklar ise daha düşük düzeylerde kullanılmaktadır. Bu çalışma ile elde edilen bir diğer bulgu ise, turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin onların milliyetleri başta olmak üzere yaş ve eğitim durumu gibi değişkenler itibarıyla değişim gösterebilmesidir. Özellikle milliyet açısından ele alındığında Almanlar ve Ruslar arasında bazı önemli farklılıkların ortaya çıktığı göze

çarpmaktadır. Daha açık ifade etmek gerekirse, Alman turistler Rus turistlere kıyasla Türk mutfağına ilişkin daha olumlu görüşlere sahiptir. Yaş açısından bakıldığında genç yaştakilerin, eğitim durumu itibariyle ele alındığında ise eğitim düzeyi yüksek kişilerin diğerlerine göre daha olumsuz bir yaklaşım içerisinde oldukları saptanmıştır.

Türk mutfağı üzerine daha önce yapılmış olan araştırmalar ve bu çalışmada elde edilen bulgular ışığında Türk mutfağının tanıtılması ve geliştirilmesi için aşağıdaki önerilerin ileri sürülmesi mümkün görünmektedir.

1. Özellikle Türkiye'nin turizm pazarlarını oluşturan yabancı turistlere hitap eden Türk mutfağı üzerine yazılmış kitaplar, hazırlanmış broşürler, televizyon yayınları, internet siteleri ve ülkeye turist getiren seyahat acentalarına yönelik bilgilendirme eğitimleri gibi çalışmalar Türk mutfağının tanıtımında yararlanılabilecek stratejiler olarak düşünülmelidir.
2. Uluslar arası düzeyde yemek yarışmaları ve yiyecek-içecek ile ilgili toplantılar düzenlenmeli ve bu tür etkinliklere katılım teşvik edilmelidir.
3. İşletmelerde Türk yemeklerinin asıl reçetelerine sadık kalınarak , hijyen koşullarına uygun ortamlarda üretilmesi ve servis edilmesine büyük bir önem verilmesi gerekmektedir.
4. Türk mutfağında yemeklerin hazırlanmasında görünüşten çok lezzetin ön planda olduğu bilinmektedir. Ancak, yemeklerinin çekiciliğini arttırmak adına sunum sırasında çeşitli süslemelerle görünüşlerinde iyileştirmeler yapılmalıdır. Ayrıca Türk mutfağına ait yemeklerin sunumunda, ortam ve kullanılan araç-gereçler itibariyle Türk yemek kültürünün yansıtılmasına da özen gösterilmelidir.
5. Otel işletmelerinde mönü planlaması sırasında dünya mutfaklarından yemeklerin yanı sıra Türk yemeklerinin de mutlaka düşünülmesi

gerekmektedir. Ancak, burada önemli bir nokta sadece maliyet, zaman gibi kısıtlarını düşünerek hazırlanması ve servisi kolay olan yemeklere ağırlık vermek yerine, besleyici özelliği yüksek olan ve yabancı ziyaretçilerin damak tatlarına hitap edebilecek yemekleri de dikkate alabilmektir. Bu konularda beslenme uzmanlarından yardım alınması ya da işletmelerde beslenme uzmanı istihdam edilmesi önemli bir strateji olarak düşünülmelidir.

6. Türk mutfağında unutulmaya yüz tutmuş yemekleri; yöresel olarak yaşatılan ancak ulusal düzeyde bilinmeyen yemekleri; Türk mutfağında yemek ile ilgili gelenek ve görenekleri ve benzeri konuları araştırarak ve elde edilen bilgi ve bulguları kamuoyu ve ilgili taraflarca paylaşacak Türk Mutfağı Araştırma Enstitülerinin kurulması ve yaygınlaştırılmasında fayda vardır. Bu enstitülerin, dünyada değişen yemek zevkleri, alışkanlıkları, yeni eğilimler konusunda da sürekli bir araştırma içerisinde olması, yabancı ziyaretçilerin damak tatlarını ve bu damak tatlarına uygun yiyecek ve yemek tercihlerini sürekli olarak incelemesi, bu tercihlere göre Türk mutfağında yer alan yemeklerden öneriler geliştirmesi ya da bilimsel çalışmalar ışığında Türk yemeklerinin reçetelerinde değişiklik ve geliştirmeler yapması ve elde ettiği bilgileri turizm işletmelerinin erişimine açması da Türk mutfağının tanıtımı ve gelişimi açısından büyük katkılar sağlayacaktır. Ayrıca, kurulacak enstitüler aracılığı ile Türk mutfağı konusunda inceleme ve araştırma yapmak isteyen yerli ve yabancı araştırmacılara yardımcı olunabileceği gibi, Türk mutfağı ile ilgili yayınların basılmasına ve bu yayınların dağıtılmasına da destek sağlanabilir ve Türk mutfağı konusunda verilecek eğitimler ile uzman işgücü yetiştirilmesi de mümkün kılınabilir.

7. Otel işletmeleri bağlamında yabancı ziyaretçilerin Türk yemeklerine ilişkin görüşlerinin, tutumlarının sürekli ve sistematik bir şekilde izlenmesi ve değerlendirilmesi hem işletmelerin mönü planlama ve geliştirme çabalarına hem de Türk mutfağına ilişkin uygulamalarına ışık tutacak bilgileri sağlayacaktır. Ayrıca, elde edilen bu bilgilerin kurulacak araştırma enstitülerine ulaştırması ve böylece karşılıklı bilgi akışı ve paylaşımının hayata geçirilmesi de sağlanabilir.
8. Gerek kurulacak araştırma enstitüleri gerekse üniversiteler ya da çeşitli sivil toplum kuruluşları (Profesyonel Mutfak Yöneticileri Derneği gibi) tarafından otel işletmelerinde çalışan mutfak personeline Türk mutfağı ile ilgili eğitimler verilmesi de sağlanmalıdır. Bu eğitimlerin Türk mutfağındaki yemekler, bunların hazırlanışı ve servisi gibi konularda bilgilerin yanı sıra sağlıklı beslenme ve hijyen konularını içermesi de yararlı olacaktır. Ayrıca, turizm ve otelcilik eğitimi veren her düzeydeki eğitim kurumunda Türk mutfağı, Türk yemek kültürü, hijyen ve sağlıklı beslenme konularına gereken önem verilmelidir.
9. Türk mutfağının tanıtılması ve geliştirilmesi adına sadece özel sektör kuruluşlarına değil kamu kurum ve kuruluşlarına da önemli görevler düştüğü unutulmamalıdır. Burada sıralanan önerilerin hayata geçirilmesi ve sürdürülebilmesi için ilgili kamu kurum ve kuruluşlarının desteğinin mutlaka alınması gerekmektedir.

Çalışmanın bulguları yorumlanırken, özellikle kapsam açısından araştırmanın bir takım sınırlılıklar taşıdığına dikkat etmek gerekmektedir. Zira, araştırma sadece Antalya bölgesi ve Alman ve Rus turistler ile sınırlandırılmıştır. Her ne kadar Antalya en fazla turist çeken bölgelerin başında gelse de ve her ne kadar Alman ve Rus turistler Türkiye'yi ziyaret eden turistler içerisinde çok büyük bir kısmı oluştursa da araştırma sonuçlarını ülkenin tüm turizm

bölgelerini ziyaret eden her milliyetteki turiste genellemek doğru olmayacaktır. Bu nedenle de, ileriki araştırmalarda daha kapsamlı bir örneklem ile çalışılması sadece bu ve benzeri çalışmaların bulgularına ışık tutmakla kalmayacak, daha ayrıntılı ve kapsamlı bulgulara ulaşılmasını mümkün kılacaktır. Ayrıca, ileriki çalışmaların sadece turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerini değil aynı zamanda Türk mutfağı uygulamalarının konaklama işletmelerinde ortaya çıkarabileceği gerek teknik gerekse de yönetsel sorunların tespitine yönelmesi, söz konusu sorunların çözümü için de önemli bir adım olacaktır.

Kaynakça

- Akman, M. ve Hasipek, S. (1999). *Yabancı Turistlere Sunulan Yiyecek-İçecek Hizmetleri ve Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Düşünceleri*, 2000'li Yıllara Girerken Kapadokya'nın Turizm Değerlerine Yeniden Bir Bakış Hafta Sonu Semineri VI içinde, Nevşehir: Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Y.O.
- Akman, M. ve Mete, M. (1998), *Türk ve Dünya Mutfakları*, Selçuk Üniversitesi Basımevi, Konya.
- Aktaş, A. (2001), *Ağırlama Hizmet İşletmelerinde Yiyecek ve İçecek Yönetimi*, Livane Matbaası, Antalya.
- Aktaş, A. ve Özdemir, B. (2005), *Otel İşletmelerinde Mutfak Yönetimi*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Arslan, E. Erdoğan, S. Konuksal, G. Kubilay, E. Kurt, D. ve Yağdırın, Y. (2002), *Ülkemize Gelmiş Olan Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Düşünceleri ve Önerileri Üzerine Bir Araştırma*, Turizmde Sağlık ve Beslenme; Sorunlar ve Çözümler Sempozyumu Bildiriler Kitabı içinde, A. Halıcı (Editör), Alanya: Başkent Üniversitesi.
- Baş, T. (2001), *Anket*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Baş, M. Kızıltan, G. Karabudak, E. ve Çiğirim, N. (2002), *Ankara'da Hizmet Veren Dört ve Beş Yıldızlı Otellerin Yiyecek-İçecek Alanlarının Genel Hijyen Durumunun ve İdari Personelin Hijyen Bilgi Düzeyinin Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma*, Turizmde Sağlık ve Beslenme; Sorunlar ve Çözümler Sempozyumu Bildiriler Kitabı içinde, A. Halıcı (Editör), Alanya: Başkent Üniversitesi.
- Baysal, A. (2002). *Beslenme Kültürümüz*, Kültür Bakanlığı, Üçüncü Baskı, Ankara.

- Budak, N. ve Çiçek, B. (2002), *Yabancı Turistlerin Ülkemizde Yemek Kültürlerine İlgileri ve Yemekler İle Servis Ortamlarına Bakışları*, Turizmde Sağlık ve Beslenme; Sorunlar ve Çözümler Sempozyumu Bildiriler Kitabı içinde A. Halıcı (Editör), Alanya: Başkent Üniversitesi.
- Buyruk, L. ve Şahin, N. (2002), *Otel Yiyecek-İçecek Departmanında Çalışanların Hijyen Algılamaları Konusunda Bir Araştırma*, Turizmde Sağlık ve Beslenme; Sorunlar ve Çözümler Sempozyumu Bildiriler Kitabı içinde, A. Halıcı (Editör), Alanya: Başkent Üniversitesi.
- Büyüköztürk, Ş. (2002), *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*, 2.Baskı, Pegem Yayıncılık, Ankara.
- Ciğirim, N. (1999), *Kapadokya Yöresi Mutfağı*, 2000'li Yıllara Girerken Kapadokya'nın Turizm Değerlerine Yeniden Bir Bakış, Hafta Sonu Semineri VI içinde, Nevşehir: Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Y.O.
- Çetin Ş. (1993). *Turizm Endüstrisinde Mutfak Elemanı Yetiştirmeye Yönelik Eğitim Programlarının Değerlendirilmesi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Adana: Çukurova Üniversitesi.
- Davis, B. ve Stone, S. (1992), *Food and Beverage Management*, 2.Baskı, Butterworth Heinemann, Oxford.
- Dereli, A. M. (1989), *Ticari Mutfak*, T.C. Turizm Bankası Araştırma ve Eğitim Başkanlığı Ders Notları: 1, Ankara.
- Doğanbey, N. (1986), *Türk Mutfağı*, Otel Yönetimi Seminerleri, T. C. Kültür Bakanlığı Eğitim Dairesi Başkanlığı Yayını: 56, Ankara.
- Gökdemir, A. (2003), *Mutfak Hizmetleri Yönetimi*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Gökyıldız, S. (2002), *Dünyada Kim Neyi Nerede Nasıl Yiyor?*, Metro Gastro, Ocak-Şubat, Sayı: 10, İstanbul.

- Gölal, M. ve Korzay, M. (1987), Yemek Pişirme, Milli Eğitim Basımevi, İstanbul.
- Gümüştaş, E. (1992), *Türk Mutfağı ve Biz*, Turizm Dünyası ve Usta Aşçı, Aralık 1992, s: 46 – 47.
- Kaya, A. (2000), Misafirperverlik Endüstrisinde Temel Mutfak Bilgisi, Güneş Ofset , Antalya.
- Kınay, F, Aksu, A. A. ve Uçar, Ç. (1999), *Ülke Mutfaklarının Kültürel Turizme Katkıları: Antalya Yöresindeki Beş Yıldızlı Otelere Yönelik Bir Araştırma*, Kültür Turizmi Semineri içinde, Safranbolu: Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Safranbolu Meslek Yüksekokulu.
- Kutluay, T. ve Birer, S. (1988), Kurum Beslenmesi, Emel Matbaacılık Sanayi, Ankara
- Maviş, F. (2003), Endüstriyel Yiyecek Üretimi, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Mussmann, K. D. ve Pahalı, C. (1999), Konaklama Tesislerinde Mutfak Hizmetleri, Açık Öğretim Fakültesi, Yayın No: 397, Eskişehir.
- Ninemeier, J. D. (1990), Management of Food and Beverage Operations, Educational Institute, Michigan.
- Nunnally, J. C. (1978), Psychometric Theory, MCGraw-Hill, New York.
- Okumuş, B. A. (2002), *Turistik Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Yönetici ve Personelinin Hijyen Bilgilerine Yönelik Bir Araştırma*, Turizmde Sağlık ve Beslenme; Sorunlar ve Çözümler Sempozyumu Bildiriler Kitabı içinde, A. Halıcı (Editör), Alanya: Başkent Üniversitesi.
- Okumuş, F. (2001), *2001 Yılı Başında Ortaya Çıkan Ekonomik Krizin Bodrum'daki Konaklama İşletmeleri Üzerine Etkileri*, II. Ulusal Türkiye Turizmi Sempozyumu Tebliğler Kitabı İçinde, İzmir: Türkiye Turizmini Araştırma Enstitüsü.

- Örer, N. (1995), Turistlerde Görülen Besin Zehirlenme Sıklığı İle Otellerin Sanitasyon Şartlarının Etkileşimi ve Türk Mutfağının Turistlerin Ülkemize Tekrar Gelişlerindeki Etkisi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Özdemir, B. (2001), Otel İşletmelerinde Mutfak Yönetimi ve Her Şey Dahil (All-Inclusive) Uygulamasının Mutfak Yönetimine Etkileri Üzerine Sektörel Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Antalya: Akdeniz Üniversitesi.
- Özdemir, B. (2003), *Antalya Yöresindeki Konaklama İşletmelerinde Türki Fransız ve İtalyan Mutfaklarının Karşılaştırılmasına Yönelik Bir Araştırma*, DAÜ Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(1-2): 37-58.
- Özdipçiner, N. (2000), *Türkiye'ye Gelen Turist Profilineki Değişmeler*, I. Ulusal Türkiye Turizmi Sempozyumu Tebliğ Kitapçığı içinde, İzmir: Türkiye Turizmini Araştırma Enstitüsü.
- _____, (2004), Resort Turizm ve Seyahat Dergisi.
- Rızaoğlu, B. ve Tanrısevdi, A. (2001), *Kuşadası'nı Ziyaret Eden Yabancıların İdeal Yemek Tercihleri ve Türk Yemeklerinin Bu Tercihlerdeki Yeri*, 1. Turizm İşletmeciliği Kongresi içinde, Ankara: Başkent Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi.
- Siguaw, J. A. ve Enz, C. A. (1999), Best Practices in Food and Beverage Management, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly. 40: 50-57.
- Şanlıer, N. Demirel, H. ve Arlı, M. (2002), *Bir, İki Yıldızlı ve Metropoliten Kentlerdeki Otellerde Çalışan Personelin Diğer Otellerdekilerle Hijyen Yönünden Karşılaştırılması*, Turizmde Sağlık ve Beslenme; Sorunlar ve Çözümler Sempozyumu Bildiriler Kitabı içinde, A. Halıcı (Editör), Alanya: Başkent Üniversitesi.

Tanrısevdi, A. ve Hançer, M. (2003). *Krizlere Yönelik Stratejiler ve Bu Stratejilerin Uygulanması: Türkiye Seyahat Acentaları Örneği*, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi. 14 (2): 119-131.

Toygar, K. (1993), *Hızlı Hazır Yemek Fast Food Sisteminin Geleneksel Türk Mutfağına Etkisi*, Türkiye Diyetisyenler Derneği Yayını: 6, Ankara.

Türksoy, A. (2002). *Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Yönetimi*, Turhan Kitabevi, Ankara.

Walczak D. (1999), *Organizational Behavior: Forgotten Variable In Safe Food*, FIU Hospitality Review, 17: 21-26.

www.kultur.gov.tr

www.turizm gazetesi.com