



Kesit Akademi Dergisi

The Journal of Kesit Academy

ISSN: 2149 - 9225

Yıl: 2, Sayı: 6, Aralık 2016, s. 164-177

Yrd. Doç. Dr. Esra MANKAN

Bahçeşehir Üniversitesi Gastronomi Bölümü, İstanbul, esramankan@gmail.com

Prof. Dr. A.Özfer ÖZÇELİK,

Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Beslenme ve Diyetetik Bölümü Ankara, ozferozcelik@gmail.com

YABANCI TURİSTLERİN TÜRK MUTFAĞINDAKİ ET YEMEKLERİNE İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ

Özet

Bu araştırma; tatilini geçirmek üzere Ege Bölgesine (İzmir, Muğla, Aydın) gelen ve konaklayan yabancı turistlerin Türk mutfağındaki et yemeklerine ilişkin görüşlerini belirlemek amacıyla yürütülmüştür. Ege Bölgesinin çeşitli turistik tesislerine tatilelerini geçirmek üzere gelen turistler arasından seçilen 3, 4, 5 yıldızlı otellerde konaklayan, en az üç geceleme yapmış olan, 18 yaş ve üzeri 510 (kadın:300, erkek:210) yabancı turist araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Yabancı turistlerce et yemekleri içinde tüketilme oranı en yüksek olanlar; aynı oranla (%57.1) İskender kebab ve Adana kebab, %56.9 oranı ile döner kebab, %56.3 oranı ile ızgara köftedir. Tüketilip beğenilmeyen et yemeklerinde ise ilk sırayı ciğer sarma (%53.4) almış; kaburga dolması (%51.4), kelle paça (%50.7) kuzu kapama (%45.0), kağıt kebabı (%44.9), kokoreç (%44.7) onu izlemiştir. En çok beğenilen et yemeği İskender kebab olup (%94.5), ikinci sırada Adana kebab (%92.4), üçüncü sırada döner kebab (%90.0) yer almıştır. Yabancı turistlerin bilinen et yemeklerinin dışında et yemeklerinin tanımaması, bilmemesi ve tüketmemesi üzücü olup Türk mutfağına ilişkin kapsamlı tanıtım çalışmaları yapılmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Yabancı turist, Et yemekleri, Türk mutfağı, görüş

FOREIGN TOURIST' OPINIONS ABOUT TURKISH MEAT CUISINE

Abstract

This study was carried out to determine the opinions of foreign tourists who arrive and stay in Aegean Region (Izmir, Mugla, Aydin) for holiday about Turkish cuisine and foods. The study sample included a total of 510 foreign tourists (female:300 and male:210) selected among tourists who arrive in different touristic facilities in Aegean Region to spend their holidays, stay in 3-, 4- and 5-star hotels and at least stay for three days and are 18 and over years old. Those who have the highest rate of consumption in meat dishes by foreign tourists; Iskender kebab and Adana kebab with the same ratio (57.1%), döner kebab with 56.9% and grilled köfte with 56.3%. In the meat dishes that were consumed and disliked, the first order was liver wrapping (53.4%); (51.4%), head covering (50.7%), lamb closing (45.0%), paper kebab (44.9%) and kokorec (44.7%). The most popular meat dish was Iskender kebab (94.5%), the second was Adana kebab (92.4%) and the third was döner kebab (90.0%). Apart from the known meat dishes of foreign tourists, it is sad not to know, to know and consume meat dishes, and to carry out comprehensive publicity studies about the introduction of Turkish cuisine.

Keywords: Foreign tourist, Meat cuisine Turkish cuisine, opinion

Giriş

Ülkeler arasındaki ekonomik, sosyal ve siyasî iş birliğinin önemli araçlarından biri olan turizm aynı zamanda sosyal ve kültürel değerlerle toplumların birbirlerini daha iyi tanımalarını sağlayan bir endüstridir (İlkiz ve Hitay, 1992; Budak ve Çiçek, 2002). Turizm gerek uluslararası gerekse ulusal düzeyde kazandığı büyük boyutlarla yatırımları ve iş hacmini geliştirici, gelir yaratıcı, döviz sağlayıcı, istihdam alanlarını açıcı bir nitelik de kazanmıştır (Akat, 1998; Şanlıer, Yabancı ve Baykan, 2002; (Şanlıer 2005).

Turizm sektörü sunulan hizmetin "bileşik ürün" olma özelliği taşımasından dolayı; ulaşım, konaklama, yeme-içme, boş zamanları değerlendirme için sunulan faaliyetlerin bütünü; ayrıca hizmetin satın alındığı işletmelerin personel yaklaşımlarının kalitesi bir tatil deneyimini olumlu veya olumsuz kılmaktadır (Sonbay 2004). Yani, otel işletmelerinin sunduğu hizmet kalitesi değerlendirilirken sadece odalar ve bu odalarda yer alan mobilyalar dikkate alınmamakta, otelin sunduğu yiyecek ve içeceklerin kalitesi ile sunulan servis de önemli olmaktadır. Mutfak, üretilen yemeklerin kalitesi açısından çok büyük önem taşımaktadır. Kaliteli yemek üretimi müşteri memnuniyeti üzerinde de olumlu etki yaratmaktadır. Yiyecek içecek bölümünün otelin oda gelirlerinden sonra en büyük geliri elde ettiği düşünülürse, mutfakın da otel için önemli olması kaçınılmaz bir gerçektir (Maviş 2008).

Yeni turizm kavramının tanımlanmasında, insanları seyahat etmeye özendirilen etkenler içinde, bir ülkenin yeme-içme kültürü de yer almakta; insanlar bir ülkenin ya da bir bölgenin yemeklerini tadabilmek için, kilometrelerce yolu göze alabilmektedir (Gökdemir 2005).

Orta Asya'dan günümüze değin kültürlerin bir arada yaşaması sonucu oluşan Türk mutfağı, günümüzde dünya mutfakları arasındaki yerini alabilmesi için doğru bir pazarlama stratejisi, doğru bir konumlandırma ile gastronomi turizmi içinde destinasyonlara çekicilik unsuru kazandırabilecek güce sahiptir (Bucak ve Aracı, 2013, s. 207). Mutfak kültürü, en eski uygarlıklardan olan Çin, Hitit ve Mezopotamya ile birlikte gelişmiştir. Gastronomi uzmanlarına göre dünyanın en zengin mutfağı Türk mutfağıdır. Yiyecek ve içecek kaynaklarının bolluğu ve çeşitliliği, ülke turizminin ayrılmaz bir parçası olarak görülen Türk mutfağının zenginliğinin başlıca sebeplerindedir (Maviş 2008).

Zengin Türk mutfağı ve yöresel yemekler, yiyecek içecek işletmelerinin pazarlama faaliyetlerinde işletmecilere önemli avantajlar sağlamaktadır. Yöre kültürü turistlerin seyahatlerinde çok önemli bir çekicilik unsurudur ve yöresel mutfak da bu unsurlar içerisinde en önemlilerinden birisi olduğu için işletmelerin hangi yöre içerisinde faaliyet gösteriyorlarsa, menülerinde, buldukları yöreye ait yemeklere yer vermeleri gerekir. (Hacıoğlu vd. 2009).

Turizm hareketinin altında yatan en önemli nedenlerden biri, değişik kültürleri tanıma isteğidir ve mutfak kültürü de bunun bir parçasıdır. Dolayısı ile ülkemizi görmek, tanımak için gelen yabancı konukların Türk mutfak kültürünü de tanımak istemesi gayet doğal bir durumdur (Özkaya vd. 2009).

Türk mutfağındaki et yemekleri her zaman ana yemek niteliğindedir. Et yemeklerinin çeşitliliği Türk mutfağının zenginliğinin en iyi göstergelerinden birisidir (Şavkay 1996). Ancak geleneksel Türk mutfağında; çevirmeler, kızartmalar, ızgaralar, tava yemekleri, kavurmalar, ızgara kebaplar, tencere kebapları, yahniler, güveçler, sahan yemekleri, buğulamalar, kapamalar, haşlamalar, köfteler, etli dolmalar ve meyveli et yemekleri olmak üzere oldukça çeşitli et yemekleri pişirilmektedir (Ertaş ve Gezmen-Karadağ 2013).

Turizm endüstrisinde ülke faktörü içerisinde gastronominin büyük önemi vardır. Bir ülkenin mutfak kültürü o ülkeyi ziyaret eden yabancı turistlerin tatil deneyimleri içerisinde önemli yer tutmaktadır. Bu nedenle farklı milletlerden ülkemize gelen turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşleri hakkında bilgi sahibi olmak turizm endüstrisine önemli katkı sağlayabilir (Albayrak, 2013). Ülkemiz dünya turizm pazarında ortaya çıkan değişmelere ve yeni beklentilere her yönlü cevap verebilecek bir turizm potansiyeline sahiptir. Bundan dolayı, hızlı gelişmekte olan dünya turizm hareketinden ülkemizin aldığı pay da giderek artmaktadır. Kültürel değerler içinde mutfak kültürünün tanıtılması, turistlerin yoğun ilgi alanlarından birisini oluşturmaktadır. Ülkemize gelen turistlerin beklentileri içinde Türk mutfak kültürünü tanıma isteğinin de yer aldığı belirtilmektedir (Akman 1998).

Türk mutfağının bugün önemli bir sektör haline gelen turizm aracılığıyla insanlara tanıtılabileceği düşünülmektedir. Bu araştırmanın amacı tatilini geçirmek üzere Ege Bölgesine (İzmir, Muğla, Aydın) gelen ve konaklayan yabancı turistlerin Türk mutfağındaki et yemeklerini tanıma düzeylerini, Türk mutfağı ve yemeklerine ilişkin görüşlerini belirlemektir.

Yöntem

Araştırmanın evreni Ege Bölgesinin çeşitli turistik tesislerine [İzmir (Çeşme), Aydın (Kuşadası), Muğla (Bodrum)] tatillerini geçirmek üzere çeşitli ülkelere gelen yabancı turistlerdir. Araş-

tırmanın örneklemini araştırmaya katılmayı kabul eden 3, 4 ve 5 yıldızlı otellerde en az üç gece konaklayan 18 yaş ve üzeri cinsiyet, meslek ve milliyet ayrımı yapılmaksızın gelişigüzel seçilen 510 turist (Çeşme'den 47, Kuşadası'ndan 204, Bodrum'dan 259) oluşmuştur. Örneklem sayısı "Ryan" formülüne dayanılarak belirlenmiştir (Ryan 1995).

Araştırma verileri anket formu ile toplanmıştır. Çalışmadan elde edilen verilerin değerlendirilmesinde SPSS (Statistical Package for Social Sciences) paket program kullanılmıştır.

Turistlerin Türk mutfağına ait et yemeklerini duyma tüketme ve beğenme durumları genel olarak verilmiştir. Daha sonra her bir yiyecek-içecek grubu genel olarak milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve geliş sayısı değişkenleri ile yeme-içme durumu (yeme-içme ve yememe-içmeme) ile çaprazlanarak sayı ve yüzdeler ile gösterilmiştir. Yiyecek ve içeceklerin yenme-içilme oranları; yiyeceği/içeceği tüketenlerin gruptaki birey sayısına bölünmesi ile bulunmuştur. İstatistiksel değerlendirme olarak khi-kare testi (χ^2) analizi kullanılmıştır. Bütün istatistiksel değerlendirmelerde önemlilik seviyesi olarak $p < 0.05$ ve $p < 0.01$ değerleri kabul edilmiştir.

Bulgular ve Tartışma

Turistler Hakkında Genel Bilgiler

Turistlerin Türk mutfağında önemli yeri bulunan et yemekleri hakkındaki bilgi düzeylerini saptamak amacıyla yapılan bu çalışmada yabancı turistlere ait demografik veriler çizelge 1'de verilmiştir. Araştırma kapsamına alınan turistlerin %58.8'i kadın, %41.2'si erkek, %52.4'ü evli, %47.6'sı bekârdır. Genel örnekleme turistlerin %28.4'ü 46 yaş ve daha büyük, %25.5'i 26-35 yaş, %24.1'i 36-45 yaş, %22.0'si ise 18-25 yaş grubundadır. Araştırmaya katılan turistlerin ortalama yaşı 38.25 ± 14.205 yıldır (minimum 18.0, maksimum 77.0). (Çizelge 1).

Araştırmaya katılan turistlerin %45.3'ü İngiliz, %19.8'i Alman, %10.6'sı Fransız, %10.0'u Rus, %5.5'i Flenk, %8.8'i diğer ülkelerdendir (%31.1 İtalya, %17.8, Avusturya, %26.7 İskoçya, %11.1 İrlanda, %2.2 Azerbaycan ve Belçika, %4.4 Polonya ve İsveç, %1.6 Avusturya, %0.9 İrlanda, %4.4 Polonya ve İsveç, %0.2 Azerbaycan ve Belçika) Turistlerin %39.9'u İngiltere, %19.4'ü Almanya, %12.9'u Fransa, %9.0'u Rusya, %8.2'si Hollanda'da %10.6'sı diğer ülkelerde (%26.4 İtalya, %22.6 İskoçya, %15.1 Avusturya, %9.4 İrlanda, %7.5 Ukrayna) ikamet etmektedirler.

Çizelge 1. Turistlerin cinsiyet, medeni durum, yaş grupları, uyruk ve ikamet ettikleri ülkelere göre dağılımı (n:510)

Demografik Özellik	Sayı	%
Cinsiyet		
Erkek	210	41.2
Kadın	300	58.8

Medeni durumu		
Bekâr	243	47.6
Evli	267	52.4
Yaş grupları (yıl)		
18-25	112	22.0
26-35	130	25.5
36-45	123	24.1
46 ve üzeri	145	28.4
Milliyet		
İngiliz	231	45.3
Alman	101	19.8
Fransız	54	10.6
Rus	51	10.0
Flemenk	28	5.5
Diğer	45	8.8
İkamet edilen ülke		
İngiltere	203	39.8
Almanya	100	19.6
Fransa	66	12.9
Rusya	46	9.0
Hollanda	42	8.2
Diğer	53	10.4

Akman'ın (1998) Antalya'da; Şanlıer'in (2005) Ankara, Alanya, Antalya, Aydın, İstanbul, İzmir, Muğla, Nevşehir illerinde; Arslan'ın (2010) Alanya'da yaptığı çalışmalarda araştırmalara katılan yabancı turistlerin çoğunluğunun Alman uyruklu olduğu belirlenmiştir. Bu çalışmada ise ilk sırada İngilizler, ikinci sırada Almanlar yer almıştır. Arslan vd.'nin (2002) yaptıkları araştırmada araştırmaya katılan 105 turistin %11.4'ünün Almanya, %9.5'inin Amerika, %9.5'inin Arabistan ve %8.6'sının İngiltere'de ikamet ettikleri belirlenmiştir.

Çizelge 2'de turistlerin eğitim, meslek ve ekonomik durumlarına göre dağılımı verilmiştir. Çizelgeden de görüldüğü gibi turistlerin %45.3'ü üniversite (lisans), %24.9'u ortaokul, %24.8'i lise, %2.5'i lisansüstü, %2.5'i ilkokul mezunudur. Araştırmaya katılan turistlerin %19.2'sinin öğrenci, %18.0'inin serbest meslek sahibi, %12.0'sinin ev hanımı, %11.4'ünün mühendis, %9.8'inin emekli, %8.6'sının sağlık personeli, %6.3'ünün işçi, %5.7'sinin eğitim personeli, %4.1'inin yönetici ve memur, %0.8'inin ise işsiz olduğu saptanmıştır. Katılımcıların %83.3'ü orta, %11.0'i yüksek, %5.7'si düşük gelir düzeyine sahip olduklarını belirtmişlerdir.

Konuyla ilgili olarak Akman ve Hasipek'in (1999) yaptıkları çalışmada, katılımcıların %68.5'inin ortaöğretim düzeyinde eğitim aldığı ve %30.1'inin büro çalışanı olduğu belirlenmiştir. Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin, %36.0'sının 26-35 yaş arasında olduğu, %25.0'inin yüksekokul mezunu olduğu saptanmıştır. Arslan vd.'nin (2002) yaptıkları çalışmada yabancı turistlerin %69.5'inin üniversite, %24.8'inin lise, %1.0'inin ilkökul mezunu ve %4.8'inin okur-yazar olduğu saptanmıştır. Araştırmaya katılan bireylerin %39.0'unun serbest meslekle uğraştığı, %17.1'inin öğrenci olduğu, %14.3'ünün ise çeşitli mühendislik alanlarında çalıştığı belirlenmiştir.

Yapılan bir başka çalışmada da araştırmaya katılan yabancı turistlerin %33.0'ünün 46 ve üstü yaş aralığında ve %45.9'unun üniversite mezunu olduğu saptanmıştır (Özdemir ve Kınay 2004). Şanlıer (2005) yabancı turistlerin %67.3'ünün 21-40 yaş arasında, %72.8'inin üniversite/yüksekokul mezunu, %36.3'ünün serbest meslekle uğraştıklarını belirlemiştir. Arslan'ın (2010) yaptığı çalışmada yabancı turistlerin %25.7'si serbest meslek sahibi, %21.7'si memur, %16.3'ü işçi, %10.9'u öğrenci, %8.4'ü esnaf, %8.4'ü emeklidir.

Çizelge 2. Turistlerin öğrenim, meslek ve ekonomik durumları (n:510)

Demografik Özellik	Sayı	%
Öğrenim durumu		
İlkokul	13	2.5
Ortaokul	127	24.9
Lise	126	24.8
Üniversite	231	45.3
Lisansüstü	13	2.5
Meslek		
Öğrenci	98	19.2
Serbest	92	18.0
Ev hanımı	61	12.0
Mühendis	58	11.4
Emekli	50	9.8
Sağlıkçı	44	8.6
İşçi	32	6.3
Eğitici	29	5.7
Yönetici	21	4.1
Memur	21	4.1
İşsiz	4	0.8

Ekonomik durum		
Düşük	29	5.7
Orta	425	83.3
Yüksek	56	11.0

Turistlerin Türk Mutfağındaki Et Yemeklerini Tüketme Durumları ve Et Yemekleri ile İlgili Görüşleri

Yiyecek-içecek işletmelerinde çalışanlar Türk mutfağını, taklitlerden uzak, gerçek ve özgün bir şekilde uygulayabilirlerse, Türk turizmi daha sağlıklı olarak gelişecektir. Konaklama işletmelerinde ve yiyecek-içecek endüstrisinde çalışanlar, yabancı mutfakları taklit etme yerine; ülkemizin ve bölgelerimizin özgün ve geleneksel mutfaklarını çalıştıkları işletmelerde ön plana çıkarılmalıdırlar (Denizer 2008).

Zağralı ve Akbaba'nın (2015) yaptıkları çalışmanın sonuçları turistlerin Yarımada'yı tercihlerinde yerel yemeklerin belirleyici bir rol oynamadığını, ancak bölgedeki konaklamaları sürecinde yaşadıkları yemek deneyimleri sonucunda yerel yemekleri beğendiklerini ve yerel yemekler noktasında tanıtım eksikliğinin söz konusu olduğunu göstermektedir.

Geleneksel Türk mutfağında; çevirmeler, kızartmalar, ızgaralar, tava yemekleri, kavurmalar, ızgara kebablar, tencere kebabları, yahniler, güveçler, sahan yemekleri, buğulamalar, kapamalar, haşlamalar, köfteler, etli dolmalar ve meyveli et yemekleri olmak üzere oldukça çeşitli et yemekleri pişirilmektedir (Ertaş ve Gezmen-Karadağ 2013).

Et yemekleri içinde tüketilme oranı en yüksek olanlar; aynı oranla (%57.1) İskender kebab ve Adana kebab, %56.9 ile döner kebab, %56.3 ile ızgara köftedir. Tüketilip beğenilmeyen et yemeklerinde ise ilk sırayı ciğer sarma (%53.4) almış; kaburga dolması (%51.4), kelle paça (%50.7) kuzu kapama (%45.0), kağıt kebabı (%44.9), kokoreç (%44.7) onu izlemiştir. En çok beğenilen et yemeği İskender kebab olup (%94.5), ikinci sırada Adana kebab (%92.4), üçüncü sırada döner kebab (%90.0) yer almıştır.(Çizelge 3)

Akman'ın (1998) yaptığı çalışmada yabancı turistlerin Türk mutfağına ait yedikleri et yemeklerinde ilk sırayı %76.7 oranı ile döner kebabın aldığı, en az yenilenin ise %11.5 oranı ile içli köfte olduğu belirlenmiştir. Aynı çalışmada yiyenler tarafından en çok beğenilen et yemeğinin şiş kebab (%78.9), en az beğenilenin ise çiğ köfte (%47.8) olduğu saptanmıştır.

Akman ve Önay'ın (2007) Muğla ve Alanya bölgelerinde 250 yabancı turist ile yaptıkları diğer bir çalışmada en çok yenen et yemeğinin döner kebab (%44.0) olduğu; %41.6 ile tavuk, şiş kebab ve tavuk dönerin onu izlediği belirlenmiştir. Albayrak'ın (2013) çalışmasında turistlerin en çok beğendiği Türk yemeklerinin kebablar, lahmacun ve pideler olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 3. Turistlerin et yemeklerini duyma, tüketme ve beğenme durumları (n:510)

Et Yemekleri	Yedi				Yiyen Genel		Duymadı		Yemedi	
	Beğendi		Beğenmedi							
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
İskender kebab	275	94.5	16	5.5	291	57.1	88	17.3	131	25.7
Adana kebab	269	92.4	22	7.6	291	57.1	88	17.3	131	25.7
Bahçıvan kebab	134	76.6	41	23.4	175	34.3	145	28.4	190	37.3
Ciğer Sarma	76	46.6	87	53.4	163	32.0	145	28.4	202	39.6
Elbasan tava	93	55.7	74	44.3	167	32.7	161	31.6	182	35.7
Kaburga dolması	70	48.6	74	51.4	144	28.2	157	30.8	209	41.0
Kağıt kebabı	87	55.1	71	44.9	158	31.0	161	31.6	191	37.5
Kuzu kapama	88	55.0	72	45.0	160	31.4	156	30.6	194	38.0
Tas kebabı	163	75.5	53	24.5	216	42.4	145	28.4	149	29.2
Orman kebabı	125	74.9	42	25.1	167	32.7	153	30.0	190	37.3
Döner kebab	261	90.0	29	10.0	290	56.9	109	21.4	111	21.8
Saç kavurma	170	82.5	36	17.5	206	40.4	142	27.8	162	31.8
Izgara köfte	232	80.8	55	19.2	287	56.3	118	23.1	105	20.6
Şiş köfte	221	85.3	38	14.7	259	50.8	115	22.5	136	26.7
Kadımbudu köfte	154	78.2	43	21.8	197	38.6	132	25.9	181	35.5
İzmir köfte	172	80.0	43	20.0	215	42.2	142	27.8	153	30.0
Çiğ köfte	138	75.4	45	24.6	183	35.9	146	28.6	181	35.5
İçli köfte	135	75.0	45	25.0	180	35.3	142	27.8	188	36.9
Kelle. Paça	68	49.3	70	50.7	138	27.1	158	31.0	214	42.0
Kokoreç	84	55.3	68	44.7	152	29.8	145	28.4	213	41.8

Çizelge 4'te araştırmaya katılan yabancı turistlerin Türk mutfağına ait herhangi bir et yemeğini yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı gösterilmiştir.

Araştırmaya katılan yabancı turistlerden Türk mutfağına ait et yemeklerinden herhangi birisini tüketenlerin milliyetlere göre dağılımı incelendiğinde sıralamanın; İngilizler (%87.4), Almanlar ve diğer ülkeler (%82.2), Flemenkler (%82.1), Fransızlar (%70.4), Ruslar (%64.7) olduğu görülmektedir. En az et yemeği tüketenlerin Ruslar olduğu saptanmıştır (%64.7). Et yemeğini yeme durumu ile milliyetler arasındaki farkların önemli olduğu bulunmuştur ($\chi^2=19.501$, $p<0.01$). Akman'ın (1998) yaptığı araştırmada ise en çok et yemeği tüketenlerde birinci sırayı İskandinav ülkeleri (%80.4), son sırayı ise Avrupa dışı ülkeleri (%62.9) almıştır.

Çizelge 4'de de görüldüğü gibi Türk mutfağına ait herhangi bir et yemeğini tüketen kadınların oranı %83.3 iken erkeklerde %79.0'dur. Aradaki fark istatistiksel olarak önemli değildir ($p>0.05$).

Akman (1998) ise yabancı turistlerden Türk mutfağına ait herhangi bir et yemeğini yiyen erkeklerin oranının (%75.5) kadınlardan (%66.5) yüksek olduğunu belirlemiştir.

Yaş grubuna göre değerlendirildiği zaman; yabancı turistlerden Türk mutfağına ait herhangi bir et yemeğini tüketenlerde en yüksek oran 36-45 yaş aralığındadır (%82.9). 46 ve üzeri yaş grubundakilerde bu oranın %82.8, 18-25 yaş grubunda %80.4, 26-35 yaş grubunda %80.0 olduğu saptanmıştır. Yapılan başka bir araştırma ise yabancı turistlerden Türk mutfağına ait herhangi bir et yemeğini tüketenlerde en yüksek oranı 26-35 yaş grubundakiler olduğu tespit edilmiştir (Akman 1998).

Turistlerin Türk mutfağına ait herhangi bir et yemeğini tüketme durumları medeni duruma göre incelendiğinde (çizelge 4); bekâr turistlerin %83.5'inin, evli turistlerin %79.8'inin Türk mutfağına ait herhangi bir et yemeğini yedikleri belirlenmiştir.

Yabancı turistlerin ülkemize geliş sayılarına göre Türk mutfağındaki herhangi bir et yemeğini yeme durumları değerlendirildiği zaman; Türkiye'ye ilk gelişi olanların %73.1'inin, ikinci defa gelenlerin %76.7'sinin, üç ve daha fazla gelenlerin %92.3'ünün et yemeği yedikleri görülmektedir.

Çizelge 4. Turistlerin Türk mutfağına ait herhangi bir et yemeğini yeme durumlarının milliyet, cinsiyet, yaş, medeni durum ve Türkiye'ye geliş sayısına göre dağılımı (n:510)

Demografik Özellikler	n	Yiyen (n=416)		Yemeyen (n=94)	
		Sayı	%	Sayı	%
Milliyet					
İngiliz	231	202	87.4	29	12.6
Alman	101	83	82.2	18	17.8
Fransız	54	38	70.4	16	29.6
Rus	51	33	64.7	18	35.3
Flemenk	28	23	82.1	5	17.9
Diğer	45	37	82.2	8	17.8
Cinsiyet			$\chi^2=19.501$	SD=5	p=0.002
Erkek	210	166	79.0	44	21.0
Kadın	300	250	83.3	50	16.7
Yaş Grubu (yıl)			$\chi^2=1.509$	SD=1	p=0.219
18-25	112	90	80.4	22	19.6
26-35	130	104	80.0	26	20.0
36-45	123	102	82.9	21	17.1
46 ve üzeri	145	120	82.8	25	17.2
Medeni durum			$\chi^2=0.610$	SD=3	p=0.894
Bekâr	243	203	83.5	40	16.5
Evli	267	213	79.8	54	20.2
Geliş sayısı			$\chi^2=1.199$	SD=1	p=0.274
Birinci	212	155	73.1	57	26.9
İkinci	90	69	76.7	21	23.3

Üç ve üzeri	208	192	92.3	16	7.7
			$\chi^2=27.476$	SD=2	p=0.000

Turistlerin yedikleri ve beğendikleri et yemekleri milliyete göre Çizelge 5’de verilmiştir. Görüldüğü gibi yeme oranı en yüksek olan et yemeği İngilizlerde (%68.8) ve diğer ülkelerde (%62.2) döner kebab, Almanlarda İskender kebab (%68.3), Fransız (%59.3) ve Ruslarda (%41.2) Adana kebab; Flemenklerde aynı oranla (%57.1) Adana kebab, ızgara kebab ve şiş köftedir. Adana kebab, kaburga dolması, orman kebab, kokoreç hariç diğer et yemeklerini beğenme durumu milliyete göre istatistiksel olarak önemlidir ($p<0.05$). Beğenilme oranı da en yüksek olan et yemeği de, genel örnekleme olduğu gibi (%94.5), İngiliz (%95.5), Alman (%97.1), Fransız (%89.7) ve diğer ülkelerde (%100.0) İskender kebab iken; Flemenklerde (%93.8) Adana kebaptır. Ruslarda ise şiş köfte, kadınbudu köfte, İzmir köfte ve içli köfteyi tüketenlerin tamamı (%100.0) beğendiklerini ifade etmişlerdir. Ruslarda Adana kebabın beğenilme oranı %95.2’dir. Diğer ülkelerde tüketenlerin tamamının (%100.0) beğendiği bir diğer et yemeği ise içli köftedir. Beğenilmeme oranı en yüksek olan et yemeği İngilizlerde (%57.1) ve diğer ülkelerde (%36.4) ciğer sarma; Almanlarda (%57.1) ve Ruslarda (%66.7) elbasan tava olup, Flemenklerde aynı oranla (%50.0) tas kebabı ve çiğ köftedir. Tas kebabı, ızgara köfte, kuzu kapama ve içli köfteyi beğenme durumunun milliyetlere göre farklı olma durumunun istatistiksel olarak önemli olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$).

Çizelge 5 Turistlerin yedikleri ve beğendikleri et yemeklerinin milliyete göre dağılımı (n:510)

Et Yemekleri		İngiliz (n=231)			Alman (n=101)			Fransız (n=54)			Rus (n=51)			Flemenk (n=28)			Diğer (n=45)			Genel (n=510)				
		Sayı	%	Oran	Sayı	%	Oran	Sayı	%	Oran	Sayı	%	Oran	Sayı	%	Oran	Sayı	%	Oran	Sayı	%	Oran		
İskender kebab [†]	a	128	95.5	58.0	67	97.1	68.3	26	89.7	53.7	18	90.0	39.2	12	80.0	53.6	24	100	53.3	275	94.5	57.1	16	5.5
	b	6	4.5		2	2.9		3	10.3		2	10.0		3	20.0									
Adana kebab	a	120	93.0	55.8	65	92.6	67.3	27	84.4	59.3	20	95.2	41.2	15	93.8	57.1	24	96.0	55.6	269	92.4	57.1	22	7.6
	b	9	7.0		5	7.4		5	15.6		1	4.8		1	6.3		1	4.0		1	4.0		1	4.0
Bahçıvan kebab [†]	a	64	75.3	36.8	35	83.3	41.6	7	77.8	16.7	10	71.4	27.5	8	66.7	42.9	10	76.9	28.9	134	76.6	34.3	41	23.4
	b	21	24.7		7	16.7		2	22.2		4	28.6		4	33.3		4	33.3		3	23.1		3	23.1
Ciğer Sarma [†]	a	33	42.9	33.3	20	48.8	40.6	3	37.5	14.8	6	40.0	29.4	7	63.6	39.3	7	63.6	24.4	76	46.6	32.0	87	53.4
	b	44	57.1		21	51.2		5	62.5		9	60.0		4	36.4		4	36.4		4	36.4		4	36.4
Elbasan tava [†]	a	33	58.2	39.4	15	42.9	34.7	3	50.0	11.1	3	33.3	17.6	7	63.6	39.3	12	80.0	33.3	93	55.7	32.7	74	44.3
	b	38	41.8		20	57.1		3	50.0		6	66.7		4	36.4		4	36.4		3	20.0		3	20.0
Kaburga dolması	a	30	43.5	29.9	15	45.5	32.7	4	57.1	13.0	5	38.5	25.5	6	60.0	35.7	10	83.3	26.7	70	48.6	28.2	74	51.4
	b	39	56.5		18	54.5		3	42.9		8	61.5		4	40.0		4	40.0		2	16.7		2	16.7
Kağıt kebabı [†]	a	44	50.6	37.7	15	51.7	28.7	4	50.0	14.8	6	54.5	21.6	8	72.7	39.3	10	83.3	26.7	87	55.1	31.0	71	44.9
	b	43	49.4		14	48.3		4	50.0		5	45.5		3	27.3		3	27.3		2	16.7		2	16.7
Kuzu kapama ^{**}	a	35	44.3	34.2	22	59.5	36.6	4	50.0	14.8	7	63.6	21.6	7	63.6	39.3	13	92.9	31.1	88	55.0	31.4	72	45.0
	b	44	55.7		15	40.5		4	50.0		4	36.4		4	36.4		4	36.4		1	7.1		1	7.1
Tas kebabı ^{**}	a	87	73.7	51.1	41	80.4	50.5	4	44.4	16.7	9	90.0	19.6	4	30.0	28.6	18	90.0	44.4	163	75.5	42.4	53	24.5
	b	31	26.3		10	19.6		5	55.6		1	10.0		1	10.0		4	30.0		2	10.0		2	10.0
Orman kebabı	a	59	72.0	35.5	34	82.9	40.6	8	66.7	22.2	9	90.0	19.6	5	55.6	32.1	10	76.9	28.9	125	74.9	32.7	42	25.1
	b	23	28.0		7	17.1		4	33.3		1	10.0		4	44.4		4	44.4		3	23.1		3	23.1
Döner kebab [†]	a	144	90.6	68.8	57	90.5	62.4	5	71.4	13.0	17	89.5	37.3	11	78.6	50.0	27	96.4	62.2	261	90.0	56.9	29	10.0
	b	15	9.4		6	9.5		2	28.6		2	10.5		3	21.4		3	21.4		1	3.6		1	3.6
Saç kavurma [†]	a	88	78.6	48.5	46	92.0	49.5	4	57.1	13.0	10	90.9	21.6	8	72.7	39.3	14	93.3	33.3	170	82.5	40.4	36	17.5
	b	24	21.4		4	8.0		3	42.9		1	9.1		1	9.1		3	27.3		1	6.7		1	6.7
Izgara köfte ^{**}	a	118	75.2	68.0	51	89.5	56.4	7	87.5	14.8	18	90.0	39.2	10	62.5	57.1	28	96.6	64.4	232	80.8	56.3	55	19.2
	b	39	24.8		6	10.5		1	12.5		2	10.0		2	10.0		6	37.5		1	3.4		1	3.4
Şiş köfte [†]	a	120	85.7	60.6	48	85.7	55.4	6	85.7	13.0	19	100	37.3	10	62.5	57.1	18	85.7	46.7	221	85.3	50.8	38	14.7
	b	20	14.3		8	14.3		1	14.3		-	-		-	-		6	37.5		3	14.3		3	14.3
Kadınbudu köfte [†]	a	70	73.7	41.1	43	79.6	53.5	6	85.7	13.0	13	100	25.5	8	66.7	42.9	14	87.5	35.6	154	78.2	38.6	43	21.8
	b	25	26.3		11	20.4		1	14.3		-	-		-	-		4	33.3		2	12.5		2	12.5
İzmir köfte [†]	a	94	78.3	51.9	36	78.3	45.5	6	85.7	13.0	12	100	23.5	8	66.7	42.9	16	88.9	40.0	172	80.0	42.2	43	20.0
	b	26	21.7		10	21.7		1	14.3		-	-		-	-		4	33.3		2	11.1		2	11.1
Çiğ köfte [†]	a	70	72.9	41.6	33	82.5	39.6	6	85.7	13.0	11	91.7	23.5	6	50.0	42.9	12	75.0	35.6	138	75.4	35.9	45	24.6
	b	26	27.1		7	17.5		1	14.3		1	8.3		6	50.0		6	50.0		4	25.0		4	25.0
İçli köfte ^{**}	a	57	67.1	36.8	36	80.0	44.6	5	62.5	14.8	15	100	29.4	8	61.5	46.4	14	100	31.1	135	75.0	35.3	45	25.0
	b	28	32.9		9	20.0		3	37.5		-	-		-	-		5	38.5		-	-		-	-
Kelle, paça [†]	a	30	46.2	28.1	18	47.4	37.6	2	25.0	14.8	5	45.5	21.6	7	100	25.0	6	66.7	20.0	68	49.3	27.1	70	50.7
	b	35	53.8		20	52.6		6	75.0		6	54.5		-	-		-	-		3	33.3		3	33.3
Kokoreç	a	41	56.2	31.6	17	47.2	35.6	3	37.5	14.8	7	53.8	25.5	8	80.0	35.7	8	66.7	26.7	84	53.3	29.8	68	44.7
	b	32	43.8		19	52.8		5	62.5		6	46.2		2	20.0		2	20.0		4	33.3		4	33.3

Sonuç ve Öneriler

Araştırma kapsamında genel örneklemede Türk mutfağına ait et yemeklerden en çok tüketilenlerin aynı oranla İskender kebab ve Adana kebab (%57.1); en az tüketilenin kelle paça (%27.1) olduğu belirlenmiştir. Yabancı turistlerce en çok beğenilen et yemeği İskender kebab (%94.5), en az beğenilen (%46.6) ise ciğer sarmadır. Pek çok çalışmada da Türk yemeklerinin yabancı turistler tarafından yeterince bilinmediği ifade edilmiştir.

Türklerin farklı kültürlerle etkileşimi nedeni ile Türk mutfağının dünyanın en zengin ve çeşitli mutfakları arasında olduğu bilinmektedir. Bundan dolayı Türk mutfağının turistik ürün olarak destinasyonların daha cazip bir hale gelebilmesinde önemli bir yeri vardır ve kullanılması gereklidir.

Araştırma bulguları sonucunda şu öneriler geliştirilebilir.

–Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından desteklenen Türk mutfağı ile ilgili zengin bir arşivin oluşturulmalı, otel işletmelerinin sadece yiyecek içecek departmanlarını denetleyen Türk Mutfağı Araştırma Enstitüsü kurulmalıdır.

–Türk mutfağı ile ilgili yapılan projeler desteklenmeli, yaygınlaştırılmalı, ülke içi ve ülke dışında tanıtımlarının yapılması için yeterli teşvik ve desteğin verilmesi sağlanmalıdır.

–Mutfak derneklerinin yaygınlaştırılması, özellikle görsel medyada Türk mutfağını tanıtıcı yayınların artırılması sağlanmalıdır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın resmi web sitesinde Türk mutfak kültürüne yönelik bilgiler daha kapsamlı ve zengin olarak verilmelidir.

–Türk mutfağını tanıtıcı ulusal ve uluslar arası yarışmalar ve geleneksel yemek festivalleri düzenlenmelidir.

–Aşçılıkla ilgili açılacak olan ön lisans ve lisans programlarında teknik ve donanımsal altyapının zenginleştirilmesi sağlanmalıdır. Üniversitelerin ve meslek liselerinin ilgili bölümlerinde Türk mutfağı dersi zorunlu dersler arasına girmelidir. Programlar müfredat gereksinimlerine göre gözden geçirilmelidir.

–Türk mutfağı ile ilgili yapılan projeler çeşitli kuruluşlarca desteklenmelidir.

–Dünya mutfakları ile ilgili uluslararası düzeyde toplantılar düzenlenmeli ve Türkiye'den katılım teşvik edilmelidir.

KAYNAKLAR

Albayrak, A. 2013. "Farklı Milletlerden Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Saptanması Üzerine Bir Çalışma", Journal of Yasar University, 3 (8): 5049-5063.

Akat, Ö. 1998. Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği, Motif Matbaası, Bursa.

Akman, M. 1998. Yabancı turistlerin Türk mutfağından beklentileri, yararlanma durumları ve Türk mutfağının turizme katkısı üzerine bir araştırma. Doktora tezi (basılmamış), Ankara Üniversitesi, 145s., Ankara

Akman, M. ve Hasipek, S. 1999. Yabancı turistlerin Türk mutfağı ile ilgili tutum ve davranışları. Beslenme ve Diyet Dergisi, 28(2); 47-53.

- Akman, M. ve Öney, D. 2007. Yabancı turistlerin Türk mutfağına ait et yemekleri hakkındaki düşünceleri üzerine bir araştırma, 24-26 Ekim, II. Uluslararası Gıda ve Beslenme Kongresi (Poster Bildiri), İstanbul.
- Arslan, E., Erdoğan, S., Konuksal, G., Kubilay, E. ve Kurt, D., 2002. Ülkemize gelmiş olan turistlerin Türk mutfağı hakkındaki düşünceleri ve önerileri üzerine bir araştırma. Turizmde Sağlık ve Beslenme; Sorunlar ve Çözümler Sempozyum Bildiriler Kitabı, s.155-162, Alanya.
- Arslan, Ö. 2010. Yabancı turistlerin yiyecek içecek işletmeleri, personel ve Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi, Alanya örneği. Yüksek lisans tezi (basılmamış). Gazi Üniversitesi, 91s., Ankara.
- Bucak, T. ve Aracı, Ü.E. 2013. Türkiye’de gastronomi turizm üzerine genel bir değerlendirme, Balıkesir Üniversitesi Journal of Social Sciences Institute, 16 (30): 203-216.
- Budak, N. ve 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, s.133-139, Alanya.
- Denizer, D. 2008. Türk turizmin gelişmesinde Türk mutfağının önemi ve bugün için yapılması gerekenler. 2.Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler. Web sitesi: <http://www.tgyd.net/bildiri.htm>. Erişim tarihi: 4.5.2011.
- Ertaş, Y., Gezman-Karadağ, M. 2013. Sağlıklı Beslenmede Türk Mutfak Kültürünün Yeri. Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi, 2(1): 117-136.
- Gökdemir, A. 2005. Mutfak hizmetleri yönetimi. 2. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Hacıoğlu, N., Girgin, K. G. ve Giritlioğlu, İ. 2009. Yiyecek-içecek işletmelerinin pazarlama faaliyetlerinde yöresel mutfakların kullanımı – Balıkesir örneği. 3. ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri. Web sitesi: <http://www.tgyd.net/bildiri.htm>, Erişim tarihi: 24.2.2011.
- İlkiz, O. ve Hikay, H. (1992). Türkiye’de Turizm Eğitiminde Sorunlar. Turizm Eğitimi Konferans-Workshop, Ankara.
- Maviş, F. 2008. Endüstriyel yiyecek üretimi. Detay Yayınları:56, 2. Baskı, Sistem Ofset, 239s., Ankara.
- Özdemir, B. ve Kınay, F. 2004. Yabancı ziyaretçilerin Türk Mutfağına ilişkin görüşleri: Antalya’yı ziyaret eden Alman ve Rus turistler üzerine bir araştırma, Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 2: 5-28.
- Özkaya, D.F., Cömert, M. ve Kızılkaya, Ö. 2009. Türk mutfağında geleneksel içeceğimiz bozanın dünü ve bugünü. 3. ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri. Web sitesi: <http://www.tgyd.net/bildiri.htm>, Erişim tarihi: 24.02.2011.
- Ryan, C.1995. Researching tourist satisfaction issues, concepts, problems, London: Routledge.
- Sonbay, G. 2004. Golf amacıyla Türkiye’yi ziyaret eden turistlerin yiyecek içecek ile ilgili tercihleri. Yüksek lisans tezi (basılmamış), Gazi Üniversitesi, 125 s., Ankara.
- Şanlıer, N. Yabancı, N. ve Baykan, S., 2002. Yaşlı Bireylerin Tatil Yapma Alışkanlıkları ve Tatilde Beslenmelerine İlişkin Karşılaştıkları Sorunların Araştırılması. Turizmde Sağlık ve Beslenme Sorunları ve Çözümler Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 118-132, Alanya.

- Şanlıer, N. 2005. Yerli ve Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşleri GÜ, Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 25 (1): 213-227
- Şavkay, T. 1996. Mutfağımız büyük bir kültürel renkliliğe sahip. Türsab Dergisi, 71: 44-46.
- Zağralı, E. Akbaba, A. 2015. Turistlerin Destinasyon Seçiminde Yöresel Yemeklerin Rolü. İzmir Yarımadasını Ziyaret Eden Turistlerin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma. Journal of Yasar University, 10/40: 6633-6644.