

Cumhuriyetin 100. Yılında restoran işletmeleri: Gelişimsel süreç ve önemli olaylar Restaurants in the 100th anniversary of the Republic of Türkiye: Developmental process and significant events

Gönderim Tarihi / Received: 01.09.2023

Kabul Tarihi / Accepted: 06.10.2023

Doi: [10.31795/baunsobed.1353585](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1353585)

Gökhan GENÇ**1

Suat AKYÜREK²

Onur KIZILCIK³

ÖZ: Yiyecek içecek hizmetleri yaşam biçimi ve özdeğerlerden etkilendiğinden, bu hizmetler uygarlık tarihine paralel olarak gelişmiştir. Günümüzde paket turların da artışına bağlı olarak turizmin kitlelere yayılması ve insanların daha kaliteli hizmet sunan işletmeleri tercih etmesi, yiyecek içecek hizmetlerinin gelişimini hızlandırmıştır. Böylece restoranlar, turistik çekim unsuru haline gelmeye başlamıştır. Son yıllarda turizm ve gastronomi araştırmalarının çoğunlukla mevcut zaman üzerinden gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu çalışmada, tarih araştırmalarının geleceğe ışık tutabileceği düşüncesinden hareketle, Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan günümüze restoran işletmelerinin gelişim süreci incelenmiştir. Bu bağlamda ikincil veri kaynakları incelenerek yapılan bu derleme çalışmasında, 100 yıllık Cumhuriyet döneminde restorancılığın gelişimsel süreci, köklü restoran işletmeleri ve restorancılığı etkileyen önemli olaylar kronolojik olarak incelenmiştir. Böylece Türkiye'nin gelecek yüzyılında yiyecek içecek endüstrisinin gelişimine katkı sunacak tarihsel bir değerlendirme yapılması amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda, yapılan tarihsel değerlendirmelere bağlı birtakım öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Cumhuriyetin 100. Yılı, Restoran işletmeleri, Gelişim süreci, Önemli olaylar

ABSTRACT: Since food and beverage services are influenced by lifestyle and self-values, these services have developed in parallel with the history of civilization. Today, due to the increase in package tours, the fact that tourism is carried out in masses and people prefer businesses that provide higher quality services, accelerated the development of food and beverage services. Thus, restaurants began to become a tourist attraction. In recent years, it has been seen that tourism and gastronomy studies are mostly carried out over the current time. In this study, the development process of restaurant businesses from the establishment of the Republic of Türkiye to the present day has been examined, based on the idea that historical studies can shed light on the future and shape the future. In this context, in this compilation study, which was made by examining the secondary data sources, the developmental process of the restaurant business, well-established restaurant businesses, and significant occurrences affecting the restaurant business in the 100-year Republican period were examined chronologically. Thus, it is aimed to make a historical assessment that will contribute to the development of the food and beverage industry in Türkiye's subsequent century. As a result of the research, some suggestions have been prepared depending on the historical assessments made.

Keywords: 100th Anniversary of the Republic, Restaurants, Developmental process, Significant events

** Sorumlu Yazar / Corresponding Author

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Gümüşhane Üniversitesi/Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu/Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, gengokhan91@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-3573-3661>

² Dr. Öğr. Üyesi, Gümüşhane Üniversitesi/Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu/Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, suat.akyrek@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8552-5695>

³ Dr. Öğr. Üyesi, Gümüşhane Üniversitesi/Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu/Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, onurkzclck@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-2339-8720>

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

Since food and beverage services are influenced by lifestyle and self-values, these services have developed in parallel with the history of civilization. Especially since the second half of the 20th century, the food and beverage industry has been developing rapidly in many countries in order to meet consumer demands and needs. Today, depending on the increase in package tours, the spread of tourism to the masses and people's preference for businesses that provide higher quality services have accelerated the development of food and beverage services.

Today, businesses providing food and beverage services need to respond to the needs and expectations of consumers in order to survive in an intense competitive environment. At this point, the quality of service in food and beverage businesses can be increased by generally producing food and beverages in accordance with hygiene and food safety rules, employing qualified employees and creating a suitable dining atmosphere. In order to increase the quality of service in food and beverage businesses, it is important to use computer systems from menu planning to cost calculations, from sales forecasts to stock control and human resources. Moreover, factors such as reasonable prices, special menus for children, rich variety of meals, the fact that the establishment is affiliated with a well-known chain and low order waiting time, etc increase the service quality in food and beverage establishments (Türksoy, 2015: 5-7).

Methodology

At the heart of history is the idea that the present is the product of the past and that historical research can shed light on the future. Today, it is seen that tourism or gastronomy studies are mostly carried out over the current time (Acar, 2020). However, being able to better understand the historical developments and modern concepts of the restaurant business in Türkiye and to have detailed information about long-lasting restaurants are important issues in order to be able to make suggestions to younger restaurant businesses that are waiting for scientific advice or to the restaurant business (Eryılmaz, 2022).

In this study, the development stages of restaurant businesses from the establishment of the Republic of Türkiye to the present day were examined. In this context, in this compilation study, which was made by examining secondary data sources, the developmental process of restaurants in the 100-year Republic period was examined chronologically. Thus, it is aimed to make a historical evaluation that will contribute to the development of the food and beverage industry in Türkiye's new century.

Findings and discussion

Although Türkiye has quite suitable natural, historical and cultural tourism resources, it could not obtain the foreign exchange earnings expected from the tourism sector until the mid-1980s. In particular, the Tourism Incentive Law No. 2634, which entered into force in 1982, can be considered as one of the important development stages of the tourism sector in the history of the Republic.

Another important development affecting the restaurant business in Türkiye is the increase in the number of fast-food restaurants. Especially since the 1980s, with the spread of fast-food, the food culture has changed in this direction in Türkiye. The first McDonald's in Türkiye started its operations on October 24, 1986. In addition, other global fast-food chains have started to open restaurants in Türkiye and the face of the restaurant business in Türkiye has changed.

The Syrian Civil War, refugee crisis and terrorist attacks that emerged in 2011 and are still continuing have deeply affected the Turkish tourism sector and continue to do so. This situation negatively affected the restaurant businesses that are directly related to the tourism sector, and in this process, it has resulted in the closure of many restaurants. However, it can be said that with the influx of refugees to Türkiye, many restaurant businesses that reflect the cuisines of Afghan, Bangladesh, and Pakistan, especially Syrian cuisine, have been opened and these refugee restaurants are an important development in terms of Turkish restaurant business. It is a matter of debate, in particular, how the restaurant businesses opened by these refugees will affect the Turkish restaurant business in the coming years.

Results and recommendations

Before and at the beginning of the history of the Republic, it was a period when restaurant business, traditional cuisine, and street vendors prevailed in Türkiye. Türkiye's declaration of the Republic in 1923 accelerated the processes of modernization and urbanization. In this period, restaurants began to turn into western-style eating and drinking places by differentiating from places such as traditional coffee houses and casinos. The political crises experienced in the Republican era Türkiye affected the restaurant industry in various ways. The shaking of the economic stability of the political crises caused fluctuations in the revenues of the restaurant businesses. Especially the military coups or coup attempts, political uncertainties, and government changes in the 1960s, 1980s, 1990s and 2000s adversely affected the economic activities and decreased the customer demand of restaurant businesses. The declines in tourism during the political crises directly affected the restaurant industry. The decrease in the number of tourists has led to a narrowing of the customer base of the restaurants, especially in big cities and touristic regions. Restaurant businesses have also faced a decrease in local people's desire to eat out due to concerns about the safety of tourists. In general, the reflections of political crises on restaurant businesses have been negative.

As a result, the restaurant industry in Türkiye has undergone a great evolution throughout the history of the Republic. The restaurants, which serve a wide range from traditional street flavors to international cuisine, have been enriched by reflecting cultural interactions. Globalization and changing eating habits encourage restaurant operators to offer more creative and diverse experiences. Today, Türkiye continues to offer a memorable dining experience to both local people and foreign tourists with its rich and diverse restaurant establishments.

Giriş

Restorancılık, turizm sektörünün gelişmesiyle birlikte tüm ülkelerde önem arz eden bir konu olmuştur. İnsanlık tarihinde yeme-içme kültürünün gelişmesiyle birlikte gastronomi turizmi, yerel değerler, gelenekler, ritüeller ve insan hayatında yemek gibi konulara yönelik eğilim gittikçe artmaktadır (Korkmaz, 2010). İnsanoğlunun yeme içme ihtiyacının varlığı ve sürekliliği, yiyecek içecek sektörünün her dönemde farklı şartlar altında şekillenerek gelişmesini sağlamıştır. Küreselleşmenin yaygınlaştığı 21. yüzyılda farklı anlayışa sahip işletme sayısı artarak, yoğun rekabeti beraberinde getirmiştir (Sarıışık ve Hatipoğlu, 2013: 199). Son 20 yıl içinde Türkiye’de marka isim hakkını alarak zincirleşen hızlı yiyecek sunan işletmelerin sayısı hızla artmıştır. Birçok zincir sürekli olarak yeni pazar bölümlerine, yeni marka ve konseptlerle girmekte ve pazar payını artırmaya çalışmaktadır (Türksoy, 2015).

Gelişmiş ülkelerde 1960 yılında yeme içme harcamalarının %20’si ev dışında harcanmışken, bu oran 1980’de %26’ya yükselmiş, 2000 yılından itibaren de %50 seviyesine ulaşmıştır (Koçak, 2016: 2). Bu oranlar gelişmekte olan ülkeler için de benzerlik göstermektedir. Kadınların çalışma hayatına katılma payının yükselmesiyle birlikte dışarıda yeme içme eğilimi de giderek artmaktadır (Türksoy, 2015: 5). Buldukları bölge ekonomisine önemli girdiler sağlayan yiyecek içecek işletmeleri, aynı zamanda turizm sektöründe çalışanlar için de geniş bir istihdam alanı oluşturmaktadır (Yetimoğlu, 2017: 18). Ancak restorancılığın öneminin bu denli artmış olmasına rağmen, Türkiye Cumhuriyeti’nin 100 yıllık tarihinde restorancılığın gelişimsel sürecini inceleyen akademik çalışmalar sınırlı sayıda kalmaktadır.

Tarihin temelinde bugünün, geçmişin ürünü olduğu ve tarih araştırmalarının geleceğe ışık tutabileceği düşüncesi yatmaktadır. Günümüzde turizm ya da daha özelinde restorancılık araştırmalarının çoğunlukla mevcut zamana ve geleceğe odaklı olduğu görülmektedir (Acar, 2020). Ancak Türkiye’de restorancılığın tarihsel gelişim evrelerini ve modern konseptlerini daha iyi anlamlandırmak ve uzun ömürlü restoranların hangileri olduğu hakkında ayrıntılı bilgilere sahip olmak; pratik (daha genç restoran işletmelerine) veya teorik (gastronomi araştırmaları) alanlara öneriler sunulması açısından önemli konulardır (Eryılmaz, 2022). Bu bağlamda yapılan bu derleme çalışmasında, ikincil veri kaynaklarından hareketle, 100 yıllık Cumhuriyet döneminde restorancılığın gelişimsel süreci, köklü restoran işletmeleri ve restorancılığı etkileyen önemli olaylar kronolojik olarak değerlendirilmiştir. Böylece Türkiye’nin yeni yüzyılında yiyecek içecek endüstrisinin gelişimine katkı sunacak tarihsel bir değerlendirme yapılması amaçlanmıştır. Bu kapsamda öncelikle yiyecek içecek işletmeleri kavramsal açıdan incelenmiş ve yiyecek içecek işletmelerinin gelişimine etki eden faktörler irdelenmiştir. Daha sonra, çalışmanın temel noktasını oluşturan; 100 yıllık süreçte yaşanan önemli olayların ve gelişmelerin yiyecek içecek sektörüne yansımaları araştırılmıştır.

Türkiye’de yiyecek içecek sektörüne genel bir bakış

Yiyecek ve içecek tüketim ihtiyacı, insanların temel fizyolojik ihtiyaçlarının başında gelmektedir (Maslow, 1943: 372). Bu ihtiyaç, yüzyıllardır hayatta kalmak için karşılanırken son yıllarda daha çok boş zaman aktivitesi olarak değerlendirilmektedir. Bunun neticesinde yiyecek içecek işletmelerine yönelik artan talep, her geçen gün bu işletmelerin sayısının da hızla artmasına yol açmaktadır (Sarıışık ve Hatipoğlu, 2013: 186). Bu nedenle, yiyecek içecek sektörü son yıllarda hızla büyüyen hizmet sektörlerinden biri olarak değerlendirilmektedir.

Günümüzde insanlar yeni yiyecek ve içecekleri tatma ve deneyimleme gibi tercihleri ile yeme içme ihtiyaçlarını yiyecek içecek işletmelerinden karşılamaktadır. Yiyecek içecek hizmet deneyimi sunan mekanlar olarak da bilinen bu işletmeler aynı zamanda tüketicilerin dinlenme, rahatlama, zenginleşme (kültürel ve eğitim), itibar ve sosyalleşme ihtiyaçlarına cevap vermektedir (Okat ve Taşkesen, 2022). Yiyecek içecek işletmeleri yapısı, teknik donanımı, konforu gibi fiziksel özellikleri ve sosyal değeri, personelin hizmet kalitesi gibi niteliksel elemanlarının birleşimiyle, insanların beslenme ihtiyaçlarını karşılamayı meslek olarak kabul eden disiplin altına alınmış hizmet işletmeleridir. Yiyecek içecek endüstrisi ise, insanların yaşamlarını sürdürdükleri yer dışında farklı nedenlerle çıkmış oldukları seyahatlerde ve geçici konaklamalarda yeme-içme ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla mal ve hizmet üreten ticari nitelikte işletmelerden oluşmaktadır (Koçak, 2016: 1). Yiyecek içecek işletmeleri somut ürün ile hizmeti bir arada sunmalarına rağmen, bu işletmeler hizmet işletmeleri olarak kabul edilirler.

Yiyecek içecek işletmelerini diğer işletmelerden ayıran özellikler şu şekilde sıralanabilir (Okat ve Taşkesen, 2022: 5; Kurnaz, 2011: 8-9):

- Ürün çeşitliliği fazladır (yiyecek içecek üretimi için ortalama 3000 farklı ürün kullanılabilir).
- Emek yoğun işletmelerdir (yiyecek içecek üretimi, sunumu ve servis sonrası hizmetler kapsamında yoğun emek harcanmaktadır).
- Farklı tüketici gruplarına hitap edebilmektedir (farklı gelir düzeyinde müşteri portföylerine sahiptirler).
- Örgütsel yapıları farklılaşmaktadır (hiyerarşik düzen diğer işletmelerden farklıdır).

Yiyecek içecek sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin başında restoranlar, kafeler ve oteller gelmektedir. Bu işletmelerin haricinde alışveriş merkezleri, hastaneler, okullar, kafeteryalar, cezaevleri gibi birçok farklı özel işletme veya kamu bünyesinde bulunan kurumlarda yiyecek ve içecek hizmeti sunulmaktadır (Türksoy, 2015: 4). Bununla birlikte, yiyecek içecek sektöründe sanayi tipi yemek fabrikaları, banket organizasyonları, yerel küçük işletmeler ve uluslararası boyuttaki büyük işletmeler gibi birçok farklı bünyede tüketicilere hizmet verilmektedir (Davis vd., 2008: 9). Yiyecek içecek işletmeleri, birtakım farklı kriterler bağlamında sınıflandırılabilir. Ölçekleri bakımından küçük, orta ve büyük ölçekli, mülkiyetlerine göre özel, kamu ve karma, amaçlarına göre kar amacı güden ve kar amacı gütmeyen, hukuki yapılarına göre ise turizm işletme belgeli ve belediye belgeli yiyecek içecek işletmeleri olarak sınıflandırma yapılabilmektedir. Alan yazında en yaygın kullanılan sınıflandırma, ticari amaçlar bakımından yapılan sınıflandırmadır (Sönmez, 2017: 151-152).

Avrupa’da karanlık çağın ardından Hristiyanlığın yükselişi, bu dönemde başta Avrupa olmak üzere tüm dünyada din temalı yapılan seyahatleri artırmıştır. Kutsal topraklara yapılan hac ziyaretleri, yollardaki bozulmalar ve güvenlik sorunları seyahatlerin süresinin uzamasına yol açmış, konaklama ve yiyecek içecek işletmelerine yönelik talebi artırmıştır (Koçer, 2020). Bununla beraber, yiyecek içecek sektörünün temelini oluşturan ve dönüm noktası sayılabilecek gelişmeler (örn. Sanayi Devrimi), dönemler içinde ele alındığında ilk olarak restoran kavramı ile karşılaşmaktadır. Fransızca kökenli bu terim, enerji depolayıcı olarak tanımlanmaktadır (Sarıışık ve Hatipoğlu, 2013: 189). Yiyecek içecek kültürünün zenginliğine rağmen restoran işletmeciliği kavramı ancak 1700’lü yıllarda Fransa’da görülmeye başlanmıştır. Dönemin modern sayılabilecek ilk restoranı, 1765 yılında Paris’te Boulanger tarafından açılan çorba (et suyu) restoranıdır. Restorancılık anlamında ilk modern menü ise, 20. yüzyılın başlarında Ferdinand Point tarafından aşçı yetiştirmek için açılan ‘La Pyramide’ adlı mekânda kullanılmıştır (Yetimoğlu, 2017: 11-14).

Türkiye’de yiyecek içecek işletmeleri hukuki yapılarına göre turizm işletmesi belgeli (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığınca) ve belediye belgeli olmak üzere 2 şekilde sınıflandırılmaktadır. Turizm işletmesi belgeli yiyecek içecek işletmeleri Bakanlıkça 1. Sınıf ve 2. Sınıf olmak üzere kendi içinde iki ayrı şekilde sınıflandırılmaktadır. 2023 yılı itibariyle Türkiye’de ‘lokanta’ unvanı ile faaliyet gösteren 411 tane turizm işletmesi belgeli işletme bulunmaktadır (Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2023).

Tablo 1: Turizm işletmesi belgeli lokanta işletmelerinin bölgelere göre sayısal dağılımı

| Bölge | 1. Sınıf | 2. Sınıf | Toplam |
|-------------------|----------|----------|--------|
| Marmara | 161 | 34 | 195 |
| İç Anadolu | 72 | 17 | 89 |
| Ege | 49 | 4 | 53 |
| Güneydoğu Anadolu | 26 | 1 | 27 |
| Karadeniz | 21 | 0 | 21 |
| Akdeniz | 14 | 1 | 15 |
| Doğu Anadolu | 10 | 1 | 11 |

Kaynak: (Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2023)

Turizm işletmesi belgeli bu işletmelerin coğrafi bölgelere göre sayısal dağılımı Tablo 1’de görülmektedir. Marmara Bölgesinde yoğunlaşan Bakanlıkça belgelendirilmiş lokanta işletmelerinin

124'ü İstanbul'da faaliyet göstermektedir. Öte yandan ilgili işletmelerin en az Akdeniz ve Doğu Anadolu bölgelerinde hizmet verdiği ifade edilebilir. Gastronomi markalı şehirlerden Gaziantep'te 13 işletme ve Afyonkarahisar'da üç işletme faaliyet gösteriyorken, Hatay'da ise Bakanlık belgeli hiçbir işletme bulunmamaktadır.

2023 yılı itibariyle Türkiye'de 'gastronomi tesisi' unvanı ile faaliyet gösteren 330 turizm işletmesi belgeli işletme bulunmaktadır (Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2023). Ancak bu işletmeler, lokantalarda olduğu gibi birinci veya ikinci sınıf olarak nitelendirilmemektedir. Turizm işletmesi belgeli bu işletmelerin coğrafi bölgelere göre sayısal dağılımı Tablo 2'de verilmiştir. Lokantalarda olduğu gibi yine Marmara Bölgesinde yoğunlaşan Bakanlıkça belgelendirilmiş gastronomi tesislerinin 129'u İstanbul'da faaliyet göstermektedir. Benzer şekilde, Akdeniz ve Doğu Anadolu bölgelerinde hizmet veren tesis sayısı en az olmakla birlikte, Gaziantep'te 9 işletme ve Afyonkarahisar'da 2 işletme faaliyet gösteriyorken, Hatay'da ise Bakanlık belgeli hiçbir işletme bulunmamaktadır. Lokanta ve gastronomi tesislerinin yanı sıra, 2023 yılı itibariyle Bakanlıkça belgelendirilmiş 5 bar, 4 özel lokanta, 3 kafeterya, 1 özel bar ve 1 lüks sınıf lokanta hizmet vermeye devam etmektedir (Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2023).

Tablo 2: Turizm işletmesi belgeli gastronomi tesislerinin bölgelere göre sayısal dağılımı

| Bölge | Toplam |
|-------------------|--------|
| Marmara | 161 |
| İç Anadolu | 41 |
| Ege | 62 |
| Güneydoğu Anadolu | 34 |
| Karadeniz | 10 |
| Akdeniz | 9 |
| Doğu Anadolu | 5 |

Kaynak: (Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2023)

Yiyecek içecek işletmelerinin gelişimine etki eden faktörler

Yiyecek içecek hizmetleri yaşam biçimi ve özdeğerlerden etkilendiğinden, bu hizmetler uygarlık tarihine paralel olarak gelişmiştir. Özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren yiyecek içecek sektörü birçok ülkede tüketici istek ve ihtiyaçlarına cevap vermek amacıyla çok hızla gelişmektedir. Günümüzde paket turların da artışına bağlı olarak turizmin kitlelere yayılması ve insanların daha kaliteli hizmet sunan işletmeleri tercih etmesi, yiyecek içecek hizmetlerinin gelişimini hızlandırmıştır. Öyle ki, günümüzde restoranlar başlı başına birer marka hatta turistik çekim unsuru haline gelmeye başlamıştır (Akdağ vd., 2015).

Günümüzde küreselleşme ve teknolojik gelişmelerin ilerleyişi, insanların daha fazla seyahat etmesini ve insanların yiyecek içecek hizmetlerinden daha fazla yararlanmasını sağlamaktadır. Buna rağmen, Türkiye'de girişimcilik faaliyetlerinin en önemli sorunlarından biri açılan işletmelerin sürekliliğinin sağlanamamasıdır. Yeni kurulan işletmelerin %80'inin ilk 5 yıl içinde çeşitli nedenlerle kapandığı ve bunun da gerek makro gerekse mikro ekonomik açıdan önemli kayıplar doğurduğu bilinmektedir (Uluyol, 2011). Benzer şekilde, yeni kurulan yiyecek içecek işletmelerinde ise bu oranın %90'lara ulaşabildiği ileri sürülmektedir (Destici, 2014). Yiyecek içecek sektörünü doğrudan olumsuz etkilemeye başlayan bir diğer durum da, son yıllarda sayısı hızla artan marketlerde satılan tüketime hazır yiyecek ve içeceklerdir. Nitekim bu ürünler, yöredeki restoran ve kafelere göre oldukça ucuza satılabilmektedir (Türksöy, 2015: 3-5).

Günümüzde yiyecek içecek hizmeti veren işletmelerin yoğun rekabet ortamında hayatta kalmaları için tüketicilerin ihtiyaç ve beklentilerine cevap vermeleri gerekmektedir. Bu noktada, genel olarak yiyecek içeceklerin hijyen ve gıda güvenliği kurallarına uygun üretimi, nitelikli personel istihdamı ve uygun bir yemek alanı atmosferi oluşturularak, yiyecek içecek işletmelerinde hizmet kalitesi artırılabilir. Yiyecek içecek işletmelerinde hizmet kalitesini artırmak için bilgisayar sistemlerinin kullanılması (menü planlamasından maliyet hesaplamalarına, satış tahminlerinden envanter kontrolüne ve insan kaynaklarına kadar) ayrı bir önem taşımaktadır. Bununla birlikte, menülerde sunulan uygun fiyatlar,

çocuklara özel menüler, zengin çeşitli yemekler, işletmenin bilinen bir zincire bağlı olması ve menülerin hızla müşterilere ulaşması vb.) gibi faktörler, yiyecek içecek işletmelerinde hizmet kalitesinin artmasını sağlamaktadır (Türksoy, 2015: 5-7). Yiyecek içecek işletmelerinde dikkate alınması gereken diğer faktörler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Yetimoğlu, 2017: 17; Koçak, 2016: 14-15):

- Sunulan ürünün niteliği (porsiyon miktarı, tat, koku zenginliği ve uygun sıcaklıkta servisi)
- Servis türü ve servis hızı
- Paranın karşılığı (fiyat değerinde hizmet deneyimi)
- Konum

Cumhuriyetin ilanından günümüze restoran işletmelerinin gelişim süreci

Türkiye Cumhuriyeti, verilen bağımsızlık mücadelesi neticesinde Osmanlı İmparatorluğunun maddi ve manevi mirası üzerine kurulmuştur. Kurtuluş Savaşının kazanılmasının ardından 29 Ekim 1923'te ilan edilen Cumhuriyet, 2023 itibarıyla 100 yaşındadır. Elbette bu 100 yıllık süreçte her alanda olduğu gibi restorancılık alanında da önemli gelişmeler yaşanmış ve bu süreçte büyüyerek önemli bir sektöre dönüşmüştür. Nitekim restorancılığın gelişimsel sürecine geçmeden önce Tablo 3'te Cumhuriyet öncesinde açılmış olan ve günümüze kadar ayakta kalan restoran işletmelerine yer verilmektedir.

Türkiye'deki ilk önemli yiyecek içecek işletmelerinin hayır işlerini üstlenen imarethane ve aşevleri olduğu kabul edilmektedir (Sarıışık ve Hatipoğlu, 2013). Bununla beraber özellikle Osmanlı İmparatorluğu döneminde çok sayıda restoran faaliyette bulunmuştur. Bazı kaynaklarda (bkz. Bingöl 2005; Korkmaz, 2010), Anadolu topraklarında açılan ilk restoran 1888'de günümüzdeki adıyla Hacı Abdullah İstanbul Galata'da faaliyetine başlamıştır. Nitekim geçmişten günümüze ayakta kalan restoran işletmeleri incelendiğinde, en eski restoranın 1833 yılında Isparta'da açılan Hacibenlioğlu Kebap olduğu belirtilmektedir (Bkz. Tablo 3). Sonuç olarak, Türkiye'de modern anlamda ilk restoranların 1800'lü yılların sonlarında faaliyet göstermeye başladığı belirtilmektedir (İbiş, 2021).

İncelenen kaynaklara (Bingöl, 2005; Sarıışık ve Hatipoğlu, 2013; Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015; Karamustafa ve Ülker, 2018; Akyürek, 2022) bakıldığında, bugün üzerinde yaşadığımız Anadolu topraklarında restoran işletmeciliğinin Hitit, Roma, Helen, Selçuklu, Osmanlı gibi medeniyetlerde ticari veya ticari amaç gütmeyen yiyecek içecek işletmeleri (hanlar, kervansaraylar, tavernalar) kapsamında gerçekleştirildiği görülmektedir. Sarıışık ve Hatipoğlu (2013) özellikle Osmanlı Döneminde IV. Murat zamanında kebabçılar, köfteciler, zerdeciler, aşçılar gibi esnaflardan bahsedildiğini ve Evliya Çelebi'nin Seyahatnamesine göre, bu esnafların İstanbul'daki toplam dükkan sayısının 2500'ü aştığı belirtilmektedir. Bu kapsamda Türk restoran işletmeciliğinin Osmanlı Döneminde sistemli bir şekilde gelişmeye başladığı söylenebilir.

Özellikle restoran işletmeleri 17. yüzyılın ikinci yarısında sadece saray ve konaklarda değil, lonca teşkilatının kurulması ve çeşitli esnaf örgütleri marifetiyle yapılan halka açık aşevleri ve yeme-içme organizasyonları ile birlikte hızla gelişmeye başladığı ifade edilmektedir (Papatya vd., 2021). Bununla beraber dönemin hükümdarları da restoran işletmelerine merak duymuş ve o yıllarda özellikle Avrupa'da yaygın hale gelen modern restoranların Osmanlı topraklarında da faaliyette bulunmasını istemişlerdir. Özellikle Avrupa'da restorancılık kültürünün geliştiğini fark eden II. Abdülhamit Han, İstanbul'da şık bir restoranın kurulmasını emretmiş ve Hacı Abdullah Lokantasının kurulmasını sağlamıştır (Başarangil ve İnam, 2017). Sonuç olarak, restoran işletmelerinin kökenleri Anadolu'da oldukça eskiye dayanmasına rağmen modern anlamda restorancılık 19. yüzyılın başlarından itibaren yaygınlaşmaya başlamıştır.

Tablo 3: Cumhuriyet öncesinden günümüze ayakta kalan restoran işletmeleri

| Restoran İsmi | Kuruluş Yılı | Kuruluş Yeri | Uzmanlığı |
|----------------------------------|------------------------------|----------------|---------------------------------|
| Hacıbenlioğlu Kebap | 1833 | Isparta | Kebap |
| Aşçı Bacaksız | 1840 (bazı kaynaklarda 1881) | Afyonkarahisar | Tandır |
| Kebapçı Kadir | 1851 | Isparta | Kebap |
| Tarihi Kalkanoğlu Pilavı | 1856 | Trabzon | Pilav ve kavurma |
| İskender | 1867 | Bursa | İskender |
| Konak Restoran | 1870 | Rize | Rize mutfağı |
| Kebapçı Hacıoğulları | 1878 | Aydın | Kebap |
| Topçu Kebap | 1885 | Antalya | Döner |
| İmam Çağdaş | 1887 | Gaziantep | Baklava ve kebab |
| Hacı Abdullah Lokantası | 1888 | İstanbul | Osmanlı mutfağı |
| Lezzet Kebap | 1891 | Konya | Tandır |
| Şeref Büryan | 1892 | İstanbul | Siirt mutfağı |
| Besler İnegöl Köftçisi | 1893 | Bursa | İnegöl Köfte |
| Meşhur Tarihi Töngül Pide Fırını | 1893 | İzmir | Pide |
| Meşhur Filibe Köftçisi | 1893 | İstanbul | Köfte |
| Konyalı | 1897 | İstanbul | Kebap |
| Pandeli Restaurant* | 1901 | İstanbul | - |
| Onbaşılar Kebap | 1904 | Adana | Kebap |
| Hacı Şükrü | 1907 | Konya | Fırın kebabı |
| İskele Restaurant | 1909 | İstanbul | Deniz mahsulleri |
| Hasan Kolcuoğlu Restaurant | 1910 | Adana | Çiğer ve kebab |
| Azaklar Odun Köfte | 1911 | Manisa | Azaklar Odun Köfte |
| Meşhur Köftçici Mustafa | 1912 | Sakarya | İslama Köfte |
| Develi | 1912 | İstanbul | Gaziantep mutfağı |
| Kebapçı Eyüp | 1918 | Mersin | Kebap |
| Yanyalı Fehmi Lokantası | 1919 | İstanbul | Osmanlı Saray mutfağı |
| Tarihi Ali Baba Balık Lokantası | 1920 | İstanbul | Balık |
| Tarihi Sultanahmet Köftçisi | 1920 | İstanbul | Köfte |
| Yenice Lokantası | 1920 | İzmir | Çorba ve sulu yemek |
| Hacıbaba Restaurant | 1921 | İstanbul | Osmanlı mutfağı |
| İkbal | 1922 | Afyonkarahisar | Et (Tandır, döner, kavurma vb.) |

*2016'da kapanıp aynı konseptle tekrar açılmıştır.

Kaynak: (Erkara, 2010; Aldemir ve Sormaz, 2020; İbiş, 2021; Eryılmaz, 2022 kaynaklarından yararlanılarak yazarlar tarafından derlenmiştir.)

1923-1939 döneminde Türkiye'de restorancılık

Kurtuluş savaşının kazanılmasından hemen sonra ekonomik büyüme ve kalkınmayı sağlayabilmek için yoğun çalışmalara başlanmış ve ilk iş olarak Şubat 1923'te İzmir'de Türkiye İktisat Kongresi gerçekleştirilmiştir. Bu kongrede genel olarak İktisadi bağımsızlık ile ilgili kararlar (yerli üretimin teşviki, israf ve lüks ithalattan kaçınma vb.) ile kongreye katılan iktisadi grupların istek ve teklifleri ile ilgili kararlar alınmıştır. Genel olarak Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk on yılında özel sektör eliyle sanayileşmeye öncelik veren bir politika izlenmiştir fakat özel sektörün elinde yeterli sermaye olmaması, tecrübeli girişimcilerin yetersizliği, altyapı eksikliği gibi nedenlerden dolayı başarılı olunamamıştır. Bu nedenle 1930'lu yıllardan itibaren devletin ekonomiye yönelik müdahalesi giderek artmıştır (Şahin, 2016). Bu gelişmeler ışığında, Cumhuriyet Döneminin ilk yıllarında sosyal ve kültürel alanlarda yapılan bu atılımlar yiyecek içecek sektörüne de yansımıştır. Bilhassa modernleşmeyi temel alan eğlence işletmelerinin artırılmasına yönelik kamusal girişimlerin etkisi, restoran işletmelerini de hareketlendirmiştir. Ankara'nın başkent olması kararı ile İstanbul'da bulunan restoran işletmelerinin benzerleri başta Ankara olmak üzere Anadolu'nun diğer büyük şehirlerinde artmaya başlamıştır (Sarıışık ve Hatipoğlu, 2013).

Bu dönemde başta İstanbul olmak üzere birçok şehirde turizm faaliyetlerini artırabilmek için çalışmalara başlanmıştır. Özellikle 6 Kasım 1923'te "Türk Seyyahin Cemiyeti" adıyla kurulan Türkiye Turing ve

Otomobil Kurumu bu anlamda ciddi çalışmalar yapmıştır (Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu, 2023). Nitekim gerek sermaye yetersizliği gerekse deneyimli girişimcilerin yetersizliği turizm sektöründe istenilen düzeye ulaşılmasını engellemiştir. Özellikle bu dönemde turistlerin İstanbul'a giriş-çıkış işlemlerinde hız ve standardın sağlanamaması, şehre ulaşan yolların durumunun yetersiz olması, konaklama, yeme-içme, alışveriş ve eğlence işletmelerinin yetersizliği, savaşların ardından kurulan Cumhuriyet dönemi Türkiye'sinde turizmin istenilen düzeye gelmesini engelleyen başlıca sorunlardır (Saral ve Malkoç, 2018). Bu durum cumhuriyetin ilk yıllarında restorancılığı da etkilemiştir ve bu dönemlerde sektör yavaş bir ilerleme kaydetmiştir. Tablo 4'te 1923-1939 döneminde açılmış ve halen günümüzde de faaliyetlerini sürdürmekte olan yıllanmış restoran işletmeleri yer almaktadır.

Tablo 4: 1923-1939 döneminden günümüze ayakta kalan restoran işletmeleri

| Restoran İsmi | Kuruluş Yılı | Kuruluş Yeri | Uzmanlığı |
|----------------------------------|--------------|--------------|---|
| Cumhuriyet Lokantası | 1923 | Balıkesir | Et ve sebze yemekleri |
| İstanbul Köftecisi | 1923 | İstanbul | Köfte |
| Tarihi Cumhuriyet Meyhanesi | 1923 | İstanbul | Meze |
| Köprülü Et Lokantası | 1923 | Karabük | Et |
| Tarihi Karaköy Balıkçısı | 1923 | İstanbul | Balık |
| Uşak İlyas Usta Lokantası | 1923 | Uşak | Güveç, İlyas Usta fırın kebab, Uşak tarhanası |
| Ömür Lokantası | 1924 | Balıkesir | Osmanlı mutfağı |
| Körfez Restaurant | 1927 | Muğla | Deniz mahsulleri |
| Hüsrev Lokantası | 1928 | İstanbul | Kuru fasulye |
| Köfteci Ramiz | 1928 | Manisa | Köfte |
| Tavukçu Lokantası | 1930 | Ankara | Tavuk |
| Üç Köfte | 1930 | Bursa | Köfte |
| Fischer Restaurant (1931) | 1931 | İstanbul | Alman yemekleri |
| Rejans Restaurant* | 1932 | İstanbul | Rus yemekleri |
| Ulutan Et Lokantası | 1933 | Samsun | Döner |
| Güven Lokantası | 1934 | İzmir | Döner ve sulu yemek |
| Meşhur Pideci Hasan | 1936 | Zonguldak | Kapalı Pide |
| Kebapçı İdris | 1937 | Bursa | Kebap-Köfte |
| 7 Mehmet Restaurant | 1937 | Antalya | Akdeniz mutfağı |
| Karışma Sen** | 1938 | İstanbul | Deniz mahsulleri |
| Kurucu Ali Baba Kanaat Lokantası | 1939 | İstanbul | Kuru fasulye |

*2011'de aynı konsept ile açılmış ve ismi "1924 Rejans Restaurant" olmuştur. **İlk İsmi "Şenyuva Sahil Gazinosu".

Kaynak: (Erkara, 2010; Tripadvisor, 2023 kaynaklarından yararlanılarak yazarlar tarafından derlenmiştir)

Cumhuriyet dönemi Türkiye'sinde restoran işletmelerinin gelişimini etkileyen önemli olaylar

İnsanoğlunun yeme-içme alışkanlıklarını değiştiren ve restoran işletmelerinin gelişimini etkileyen birçok tarihi olay vardır. İnsanoğlunun yerleşik hayata geçmesi, ateşin bulunması, büyük göçler, Fransız İhtilali, Sanayi Devrimi gibi olaylar tüm ülke mutfaklarını ve yeme-içme alışkanlıklarının gelişimini etkileyen başlıca olaylardır (Kılınç ve Çavuş, 2010; Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015; Karamustafa ve Ülker, 2018). Bununla beraber, Cumhuriyetin 100. yılında restorancılığın çeşitlenmesini ve büyümesini etkileyen birçok gelişme yaşanmıştır. Yaşanan bu olaylar Türkiye'de restorancılığın gelişimini hem olumlu hem de olumsuz yönde etkilemiştir. Özellikle restorancılığın gelişimini etkileyen olayların turizm sektörünü etkileyen olaylar ile benzer olduğu anlaşılmaktadır. Özellikle turizm ve yiyecek içecek olayının iç içe geçmiş olması sebebiyle, Türkiye'de turizm sektörünün gelişmesine etki eden temel olaylar restorancılığın gelişmesine de etki etmiştir. Bu kapsamda Türkiye'de restorancılığı etkilediği düşünülen kritik gelişmeler ve önemli olaylar, Şekil 1'de kronolojik olarak sıralanmıştır.

Kurtuluş Savaşının kazanılması ile birlikte Türkiye'nin büyümesi ve kalkınması için derhal çalışmalara başlanmış ve yeni Türkiye'nin ekonomik sorunlarını tartışmak için 17 Şubat-4 Mart 1923 tarihleri arasında İzmir'de, İzmir İktisat Kongresi (I. İktisat Kongresi) gerçekleştirilmiştir. Çeşitli iktisadi meselelerin ele alındığı kongrede özellikle yer altı ve yer üstü zenginliklerin en verimli şekilde

kullanması ve turizm gelirlerini artırması hedeflenmiş ve böylece Türkiye'nin iktisadi bakış açısını belirleyen en önemli olay olarak kayıtlara geçmiştir (T.C. İzmir Valiliği, 2023). Kongre ile birlikte bütün Türkiye vatandaşları için tatil günü olan Cuma gününde kasap, sebzevatçı ve ekmekçiler öğleye kadar; kahve, gazino, lokanta, hamam ve eczaneler de akşama kadar açık kalmıştır. Özellikle bu dönemde İzmir'de kongreyi taşıyacak bir restoran olmadığı için kongre katılımcılarının yeme-içme ihtiyaçlarını karşılayacak modern restoran açılmıştır (Kayıran ve Saygın, 2019). Yaşanan tüm bu gelişmeler restoran işletmelerinin sayısı ve niteliğinin artmasında etkili olmuştur.

Şekil 1: Cumhuriyetin 100. yılında restorancılığın gelişim aşamaları ve etkileyen önemli olaylar

- İzmir İktisat Kongresinin Gerçekleştirilmesi (1923)
- Türk Seyyahin Cemiyetinin Kuruluşu (1923)
- Büyük Buhran (1929)
- II. Dünya Savaşı (1939-1945)
- Hatay'ın Türkiye'ye Katılması (1939)
- Basım - Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü Kanunu (1949)
- 27 Mayıs Darbesi (1960)
- Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planının Onaylanması (1962-...)
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) Kuruluşu (1972)
- Kıbrıs Barış Harekatı (1974)
- Petrol Krizinin Ortaya Çıkışı (1979)
- 12 Eylül Darbesi (1980)
- 2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu (1982) Yürürlüğe Girmesi
- Çernobil Kazası (1984)
- Türkiye'deki İlk Mcdonald's Restoranının Açılması (1986)
- Avrupa Ekonomik Topluluğu'na Tam Üyelik Başvurusu (1987)
- Her Şey Dahil Sisteminin Türkiye'de Uygulanmaya Başlanması (1990)
- Yeşil Nesil Restoran Hareketinin Ortaya Çıkışı (1990)
- Körfez Savaşı-Krizi (1991)
- Turistlere Yönelik Terör Saldırıları (1993-...)
- Marmara Depremi (1999)
- Türkiye Mali ve Ekonomik Krizleri (2000-2001)
- TURYİD, Turizm Restoran Yatırımcıları ve Gastronomi İşletmeleri Derneği (2003)
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2003)
- Kuş Gribi Salgını (2006)
- Domuz Gribi (2009)
- Suriye İç Savaşından Kaçan Mültecilerin Türkiye'ye Sığınması (2011-...)
- Gaziantep'in UNESCO Gastronomi Şehri İlan Edilmesi (2015)
- Darbe Girişimi (2016)
- Hatay'ın UNESCO Gastronomi Şehri İlan Edilmesi (2017)
- Afyonkarahisar'ın UNESCO Gastronomi Şehri İlan Edilmesi (2019)
- COVID-19 Salgınının Ortaya Çıkışı (2020)
- Michelin Rehberi'nin Türkiye'ye Gelmesi (2022)
- Kahramanmaraş ve Hatay Depremleri (2023)

Kaynak: (Yazarlar tarafından derlenmiştir)

29 Ekim 1923 tarihinde bir pazartesi günü ilan edilen Cumhuriyet'in hemen ardından 6 Kasım 1923'te "Türk Seyyahin Cemiyeti" kurulmuştur. *Türk Seyyahin Cemiyeti* bu dönemde restoran işletmelerini etkileyen önemli bir gelişmedir. Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu ve ilk Cumhurbaşkanı Mustafa Kemal Atatürk'ün himayeleri ve Milletvekili Reşit Saffet Atabinen öncülüğünde kurulan Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu restoranların özellikleri ve fiyatlarını gösteren rehberlerin hazırlanması hususunda hazırlıklar yapmıştır ve katkı sağlamıştır (Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu, 2023).

Tüm dünyada etkili olan ve Türkiye Cumhuriyeti'nin de yaşadığı ilk büyük ekonomik krizlerden biri olan "1929 Dünya Ekonomik Bunalımı" Türkiye ekonomisini derinden etkilemiştir. Özellikle bu buhran ile birlikte yürürlüğe sokulan buhran vergisi, yaklaşık 20 yıl boyunca Türk vergi sistemindeki yerini korumuş ve tüm kesimi derinden etkilemiştir. Diğer yandan turizm ve maden gibi bazı sektörlerin teşvik edilmesi amacıyla buradan elde edilen gelirler buhran vergisi kapsamı dışında tutulmuştur (Yeşilyurt, 2021). Nitekim bu teşviklere rağmen krizin tüm dünyada etkili olması turizmi durma noktasına getirmiş ve turist sayılarını azaltmıştır. Yine Türkiye'de yeni yeni gelişmeye başlayan turizm sektörü bu dönemde gerilemiş ve restoran işletmeleri de bu dönemde krizden olumsuz etkilenmiştir.

İkinci Dünya Savaşı da cumhuriyet tarihinde restorancılığın gelişimini olumsuz etkileyen önemli olaylardan bir diğeridir. Türkiye II. Dünya Savaşına fiili olarak katılmamış olsa bile savaş koşullarından fazlaca etkilenmiştir. Bu dönemde turizm sektörünün kuruluş ve gelişme aşamaları sekteye uğramıştır. Savaş sonrasında ise ekonomik olarak toparlanma olurken, turizm endüstrisinin ihtiyacı olan hukuki zemin ve yatırım imkanları artırılmış, tanıtım çalışmaları hızlandırılmış ve seyahat özgürlüğü daha fazla önemsenmiştir (Çiftçi, 2019). Özellikle savaştan sonra ticari hava endüstrisinde yaşanan gelişmeler ve savaşta kullanılan askeri uçakların sivil yolcu taşımacılığında kullanılması ile başlayan havayolu taşımacılığı uluslararası turizm hareketlerinin gelişmesinde önemli rol oynamıştır (Theobald, 2005). Bununla beraber II. Dünya Savaşının bitiminden sonra hızla yaygınlaşmaya başlayan kitle turizmi genel olarak Avrupa ülkelerinde hareketlilik göstermiş olmakla birlikte, Akdeniz havzasındaki diğer ülkelerde de gelişmiştir (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002). Yine savaşlardan sonra yaşanan kıtlıklara ve ekonomik sıkıntılara rağmen II. Dünya Savaşı sonrasında "baby boomer" olarak adlandırılan kuşak dışarıda yemek yeme kültürünün yaygınlaşmasına ve buna bağlı olarak da restoran sayısının artmasında etkili olmuştur (Dursun, 1999). Bu bağlamda II. Dünya Savaşı esnasında turizm sektörü ile beraber sekteye uğrayan restorancılığın savaş sonrasında gelişimi hızlanmış ve özellikle farklı konseptlerde restoranlar açılmaya başlanmıştır.

1949 yılında açılan Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü yine Türkiye'de restorancılığın gelişimini etkileyen önemli bir gelişmedir. Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü; basın ve yayın ve diğer vasıtalarla Türkiye'yi dışarda tanıtmak ve içerde Cumhuriyet esaslarını ve Türk Demokrasisinin gelişmelerini yaymak, basın ve yayın mesleğinin ifadesiyle ilgili işlere bakmak, iç ve dış turizmi geliştirecek tedbirler almak amacıyla kurulmuştur. Özellikle bu kanun ve bu kanun çerçevesinde yapılan sonraki çalışmalarda lokantaların "turizm müessesesi" olarak kabul edilmesi restorancılık bakımından önemli bir gelişmedir. Bu bağlamda turizm sektörünün gelişmesine etki eden bu kanun ile restoran işletmeleri de olumlu yönde etkilenmiştir.

Cumhuriyet tarihi boyunca yaşanan kriz (ekonomik, siyasal, salgın, savaş, afetler, terör vb.) dönemlerinde restoran işletmelerine yönelik talep genellikle daralmış ve bu süreçler restoran işletmelerinin gelişimini doğrudan olumsuz yönde etkilemiştir. Özellikle sınır bölgelerinde yaşanan savaşlar ve turistlere yönelik terör saldırıları doğrudan turist sayısının düşmesine yol açmaktadır ve bu tür olaylar restoran işletmelerini olumsuz etkilemiştir. 1960 yılında Türkiye'de yaşanan 27 Mayıs Darbesi, uluslararası ve ulusal seyahatleri engelleyerek, turizm hareketlerini neredeyse durma noktasına getirmiş, yatırımların durmasına, kredilerin ve yapılacak projelerin belirli bir dönem boyunca iptaline yol açmıştır (Ünlüönen ve Kılıçlar, 2004). Restoran işletmeleri de bu siyasi krizden nasibini almış ve özellikle bu dönemde restoran işletmelerine yönelik talepler düşmüştür. Bu dönem birçok restoran işletmesinin iflasını beraberinde getirmiştir.

Planlı dönem öncesinde (1923-1963) turizmle ve restorancılıkla ilgili çalışmalar sınırlı olmakla birlikte özellikle planlı kalkınma modelinin benimsendiği 1963 yılından sonra beşer yıllık hazırlanan kalkınma planları sayesinde turizm sektörüne yönelik çalışmalar da artmıştır (Dilek ve Dilek, 2017). Turizmin kalkınma planları içinde yer alması yiyecek içecek sektörünün de gelişmesine ve çeşitlenmesine katkı sağlamıştır. Özellikle kalkınma planlarında yabancı yatırımcıların özendirilmesi neticesinde uluslararası zincir işletmelerin Türkiye'de işletme açmaları teşvik edilmiştir (Sarıışık ve Hatipoğlu, 2013). Cumhuriyet tarihinde yiyecek içecek işletmeciliği anlamında ilk planlama, Birinci Beş Yıllık (1963-1967) Kalkınma Planı çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda "Lokanta ve Eğlence Yerleri" başlığı altında yiyecek içecek sektörünün genişletilmesi amacıyla beş yıllık süreçte toplam 46,4 milyon

TL yatırım yapılması planlanmıştır (DPT, 1963: 427). İlgili yatırımın İkinci Beş Yıllık Plan Döneminde (1968-1972) 350 milyon TL'ye yükseltildiği görülmektedir (DPT, 1968: 600). Takip eden raporlarda ise, yiyecek içecek işletmeleri ile ilgili herhangi bir yatırım planlaması yapılmamıştır. 2007-2012 döneminde otel ve restoran hizmetleri yıllık ortalama %2,8 büyümüştür. Otel ve lokantacılık hizmetlerinin GSYH içindeki payı 2006 yılındaki %2,2 seviyesinden 2012 yılında %2,4'e, toplam istihdam içindeki payı ise %4,6'dan %4,9'a yükselmiştir. Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018) raporuna göre, restorancılık sektöründe iş hacminin artacağı tahmin edilmektedir (DPT, 2013: 112). Sarıışık ve Hatipoğlu (2013) Türkiye'de yiyecek içecek sektörünün gelişimini plansız dönem ve planlı dönem olarak iki süreçte incelemiştir. Bu bağlamda ilk yıllarda aile işletmelerinin yaygın olduğu ve sınırlı ortaklıkların bulunduğu ifade edilmektedir. 1960'lı yıllardan itibaren ise sektörde rekabetin arttığı, zincir ve imtiyazlı ortaklık işletmelerinin geliştiği ifade edilmektedir. 1990'dan 2013'e kadar ise aile işletmelerinin tekrar güçlendiği, büyük ortaklıkların arttığı ifade edilmektedir.

Restoranların gelişimini etkileyen bir diğer olay da 1972 yılında kabul edilen Seyahat Acentaları Birliği Kanunu'dur. Kabul edilen bu kanun ile hem turistik işletmelerin belirli bir düzen alması sağlanmış hem de Türkiye'de tarihsel anlamda kitlesel turizmin gelişimsel süreci hızlanmıştır (Dalgın vd., 2015). Kitlesel turizmin gelişmesi ile birlikte Türkiye'de restorancılık alanında da ivme yakalanmıştır ve büyük ölçekli restoran sayıları artmıştır.

Türkiye, oldukça elverişli doğal, tarihi ve kültürel turizm kaynaklarına sahip olmasına karşın, 1980'li yılların ortalarına kadar turizm sektöründen beklediği döviz kazancını elde edememiştir. Turizm gelirleri Cumhuriyet tarihinde ilk defa 1985 yılında bir milyar doları aşmıştır. Buna rağmen aynı yıl turizmde rekabet halinde olunan İtalya 8,8 milyar dolar, İspanya 8,1 milyar dolar, Fransa 7,9 milyar dolar ve Yunanistan 1,4 milyar dolar turizm geliri elde etmiştir (Şahin, 2016). Özellikle 1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu Cumhuriyet tarihinde turizm sektörünün önemli gelişim aşamalarından biri olarak kabul edilebilir. Hayata geçirilen bu yasa ile turizm alan ve merkezlerinin belirlenmesiyle birlikte bu alan ve merkezlerde bulunan kamu arazilerinin yatırımcıya tahsisi 1982 yılı sonrası yatırım artışlarının önemli nedenleri arasındadır. Turizm Teşvik Kanununda doğrudan yiyecek ve içecek işletmelerini ele alan hükümler yer alması da özellikle kıyı bölgelerde gelişen turizm tesislerine paralel olarak restoran işletmelerinin türü ve sayısında önemli artışlar yaşanmıştır.

Türkiye'de restorancılığı etkileyen bir diğer önemli gelişme Türkiye'de hızlı yiyecek (fast-food) restoran sayılarının artmasıdır. Bilhassa 1980'li yıllardan itibaren fast-food restoranlarının yaygınlaşmasıyla yemek kültürü de Türkiye'de bu yönde değişim yaşamıştır. Türkiye'deki ilk McDonald's restoranı 24 Ekim 1986 yılında faaliyetlerine başlamıştır. Bununla beraber küresel diğer fast-food zincirleri de Türkiye'de restoran açmaya başlamış ve Türkiye'de restorancılığın çehresi değişmiştir. 1986'da ilk şubelerini İstanbul'a açan McDonald's 2008 yılına gelindiğinde Türkiye'de restoran sayısını 116'ya çıkarmıştır (McDonald's, 2023). Bu durum sektörde yoğun rekabeti beraberinde getirmiştir ve özellikle geleneksel Türk restoranlarının pazarını olumsuz etkilemiştir.

21. yüzyılın temel sorunlarının başında çevresel sorunlar gelmektedir. Öyle ki dünya çapında nüfusun ve sanayileşmenin hızla artması, beraberinde aşırı üretim ve tüketime yol açmış ve bu durum dünya için büyük bir tehdit unsuru oluşturmaya başlamıştır. Özellikle son yıllarda hem dünya genelinde hem de Türkiye'de artan sel felaketleri, yangınlar, kuraklık gibi çevresel sorunların ciddi boyutlarda artması, yeşil uygulamalar üzerinde daha fazla odaklanılması ihtiyacını açıkça göstermektedir (Kızılcık ve Akyürek, 2021). Özellikle bu tür felaketler restorancılık sektörünü de yakından etkilemiş ve bu yönde önlem almaya çalışan restoran işletmelerinin varlığını ortaya çıkarmıştır. 1990 yılında Amerika'da kurulan Yeşil Restoranlar Birliği (Green Restaurant Association-GRA, 2023) son yıllarda Türkiye'de de önem kazanmaya başlamıştır. Özellikle İstanbul'da açılan pilot restoranlar ile restorancılık sektöründe farklı bir konsept olarak gelişmeye başlamıştır.

1991 yılında gerçekleşen Körfez Savaşı nedeniyle dünya ve Avrupa turizminin sınırlı düzeyde de olsa etkilendiği bilinmektedir. Özellikle Türkiye ve Avrupa bölgesindeki turizm hareketlerini (%1.4 oranında) sekteye uğratmıştır (Kahraman, 1993). Birleşmiş Milletler Genel Kurulunun 661 sayılı

ekonomik yaptırımları doğrultusunda turizm işletmelerinin de hak ve alacakları için ilgili müsteşarlara başvuru yapmaları istenmiştir. Rezervasyon iptalleri ve yaşanan yüksek orandaki enflasyon verileri ile birlikte turizm işletmeleri durgunluğa uğramıştır. Türkiye'nin Orta Doğu ülkeleriyle ilişkilerinin kuvvetli olması sebebiyle kriz sonrası turizm gelirlerinde kısmi düşüşlerin yaşandığı bilinmektedir (Erdoğan, 2018). Bu gerilemeden Türkiye'deki restoran işletmeleri de etkilenmiş fakat devam eden yıllarda eski düzeylerinin üzerine çıkarak büyümeye devam etmiştir.

Küresel ve ülkesel bazda yükseliş gösteren terör saldırılarının politik yansımaları olduğu kadar ekonomik yansımaları da ön plana çıkmaktadır. Bunların başında kırılğan yapısı ile turizm endüstrisi gelmektedir (Çelik ve Karaçuka, 2017). Turizmi etkileyen en önemli olumsuz olaylardan olan terörizm ve terör saldırıları, çoğu ülkenin olduğu gibi Türkiye'nin de en önemli sorunlarının başında gelmektedir. 1993 yılı ve sonrasında terör gruplarının turist ve destinasyonları hedef alan saldırıları neticesinde turist akışı olumsuz yönde etkilenmiştir. Özellikle turistlerin yoğun olduğu bölgelerin seçilmiş olması doğrudan turizm endüstrisine zarar verilmek istendiği sonucunu doğurmaktadır. Güneydoğu Anadolu'da 19 yabancı turistin kaçırılması (1993), Sultanahmet Meydanı ve Kapalı Çarşı gibi turistik bölgelerde bombalı terör eylemlerinin yapılması (1994), Marmaris ve Fethiye'deki bombalama eylemleri (1994), terörist başının yakalanmasıyla birlikte turistlere yönelik tehdit söylemleri (1999) gibi terör eylem ve saldırıları (Unur, 2000; Yeşiltaş vd., 2008), turistlerin Türkiye'yi güvensiz bir ülke olarak algılamalarına ve nihayetinde farklı destinasyonları tercih etmelerine yol açmıştır. Bu durum genel anlamda turizm endüstrisinin tamamını, özelde ise restoran işletmelerini sayı ve gelir bakımından olumsuz yönde etkilemiştir.

Türkiye'nin deprem kuşağı üzerinde olması, Cumhuriyet döneminde Türkiye'nin birçok depremle yüzleşmesine neden olmuştur. Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren birçok deprem meydana gelmiştir, fakat o dönemlerde restoran işletmelerinin önemli seviyelerde olmaması nedeniyle sektörü etkilediğine dair fazla kayıt bulunmamaktadır. Turizm yatırımlarının önemli seviyelere ulaştığı 1990 ve sonrasında gerçekleşen Cumhuriyet tarihinin en büyük depremlerinden olan 17 Ağustos 1999 Marmara Depremi ile birlikte Kocaeli, Sakarya, Yalova, Bursa ve İstanbul'un bir kısmı depremden önemli ölçüde etkilenmiştir. Depremin etkilediği bölgenin 1999 yılında Türkiye GSMH'sındaki oranının %34,7 olduğu bilinmektedir (Aktürk ve Albeni, 2002). Marmara, Türkiye'nin en gelişmiş sanayi bölgesi ve yüksek nüfus oranına sahip olması nedeniyle restoran işletmelerinin de yoğun olduğu bir bölge olarak bilinmektedir. Dolayısıyla çok sayıda restoran işletmesi hasar almış ya da faaliyetlerini durdurmak zorunda kalmıştır. Depremle birlikte 1999 yılındaki turist sayısı ve turizm gelirlerinde kaybın %27'lere vardığı bilinmektedir. Deprem bölgesi dışında diğer bölgelerde de yerli ve yabancı turistin çekinceleri ve kayıpları nedeniyle sektör önemli derecede gerilemeye uğramıştır.

Ekonomik krizler, sektör ve endüstrilerin faaliyetlerinde gerilemeler, küçülmeler, işsizlik oranlarındaki yükselişler ve iflaslar gibi birtakım olayların ortaya çıkmasındaki ana nedenlerden biri olarak gösterilebilir. Türkiye'de yakın geçmişte ortaya çıkan iki önemli ekonomik krizden söz edilebilir. Bunlar 2000 yılındaki bankacılık sektörü ile ortaya çıkan mali kriz ve buna bağlı olarak devamındaki 2001 Ekonomik Krizidir. Kasım ayının son günlerinde (2000) ortaya çıkan bankacılık krizi ile birlikte mali piyasalara olan güven sarsılmış ve birçok banka tasarruf mevduatı sigorta fonuna devredilirken, banka sahiplerinin çoğu tutuklanmıştır. 2000 mali kriziyle birlikte faizlerin yükselmesi ve dövizde kısmi oynaklıklar finansal piyasalarda da güvensizliği beraberinde getirmiştir (Taştemel, 2023). 2000 yılı kasım ayında likidite (banka) ve 2001 yılı şubat ayında ise döviz kuru krizi ile Türk lirasının devalüe edilmesi iç piyasalarda daralmaya sebep olurken dış ticaret talebinde ise önemli derecede artışlara sebep olmuştur. Bu artıştan turizm endüstrisi de iki yönlü etkilenmiştir. Bunlardan ilki; iç piyasadaki daralma nedeniyle yerli turistin alım gücünün düşmesi ve talebinin hem turizm hem de restoran işletmelerine karşı azalmasını beraberinde getirmiştir. Buna karşılık dış turizm talebinde büyük düzeyde artış görülmüştür. Türk Lirasının değer kaybetmesi ve döviz cinsinden paraya sahip olan yabancı ülke vatandaşları Türkiye'yi tercih ederek, ucuz tatil yapabilme amacıyla turizm ürünlerine talep göstermiştir. Dolayısıyla iç pazara hizmet veren restoran işletmeleri bu süreçte ekonomik anlamda zorlanmış, ancak dış pazara yoğun olarak hizmet veren işletmeler ise büyük ölçüde döviz geliri elde ederek büyümeye devam etmiştir.

Türkiye’de 2000’li yılların başına kadar turizm endüstrisinin gelişimine paralel olarak restoran işletmeleri de büyüyerek önemli gelir düzeylerine ulaşmıştır. Buna rağmen restoran işletmelerinin bir kurum çatısı altında bir araya gelerek fikir paylaşımları ya da sorunlar üzerine birlikte hareket ettikleri geniş çaplı bir derneğe ya da kuruluşa rastlanılmamıştır. Bu nedenle 2003 yılında Turizm Restoran Yatırımcıları ve Gastronomi İşletmeleri Derneği (TURYİD) kurularak, sektörü ilk defa bir araya getirmiş, sorunlara toplulukla birlikte çözüm arayarak işletmelerin gelişimine odaklanan bir yapıya dönüşmüştür. TURYİD gastronominin tarımdan başlaması gerektiği felsefesiyle birlikte ihracat, markalaşma, diplomasi ve kültürel katkı gibi birçok konuda faaliyet göstererek restoran işletmelerine önemli katkılar sunmaktadır. Günümüzde ise bünyesine 205’ten fazla marka, 2000’in üzerinde yurtiçi işletme, yurt dışında faaliyet gösteren 250’yi aşan üye işletme ve 60.000 kişilik istihdam kapasitesine ulaştığı bilinmektedir. Ayrıca toplamda yıllık üç milyar doları aşan ciro rakamlarıyla Türkiye’deki yiyecek içecek sektörünün %25’ine denk gelen bir pazar payına sahip olduğu raporlanmıştır (TURYİD, 2023). Genel itibarıyla derneğin, kurulduğu günden bugüne restoran işletmelerine önemli değerler katarak işletmelerin gelişiminde tarih içinde yerini aldığı belirtilebilir.

Türkiye’de İkinci Dünya Savaşı’nın sonuna kadar turizm anlamında kamusal alanda bir karmaşa hakim olmuştur. Nitekim savaşın bitmesi, global anlamda refah ortamının oluşması ve uluslararası seyahatlerin ivme kazanmasıyla birlikte Türkiye’nin de bu pazardan pay almak istemesi bazı kamusal yapılanmaları da beraberinde getirmiştir. Turizm alanında kamusal alanda en ciddi oluşum 1963 yılında kurulan Turizm ve Tanıtma Bakanlığıdır. Daha sonra ise bu kurum Kültür Bakanlığı (1983), Turizm Bakanlığı (1989) ve günümüzdeki adını ise 2003 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı olarak değiştirilmesiyle faaliyetlerine devam etmiştir (Hacıoğlu vd., 2017). Türkiye’de turizm endüstrisinin bakanlık düzeyinde temsil edilmesiyle araştırma, geliştirme, korumak, değerlendirmek ve denetlemek, ekonomik gelişmeye katkı gibi birtakım çalışmalar yapılmaktadır. Dolayısıyla turizmin gelişip büyümesine katkı veren Kültür ve Turizm Bakanlığı aynı zamanda restoran işletmelerini de aynı konularda desteklemektedir. Nitekim restoranların sınıflandırılması, belgelendirilmesi, standartların belirlenerek denetlenmesi, yatırımların desteklenmesi ve tanıtımı gibi birçok konuda çalışma mevcuttur (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023).

Aniden ortaya çıkan ve ekonomik etkiler doğuran birçok krizden bahsedilebilir. Terör olayları, doğal afetler, politik ve siyasal krizler beklenmedik anda ortaya çıkarak birçok işletmeyi ve insanlığı olumsuz yönde etkilemektedir. Bunlardan bir tanesi de salgın hastalıklardır. Dünya üzerinde etkili olan salgın hastalıklar tarihsel süreç içerisinde sürekli olarak var olmuştur. Bunların bazıları yerel olarak kalmış olsa da bazıları ise tüm dünyayı ve dolayısıyla sektörleri doğrudan etkilemiştir. Cumhuriyet döneminde Türkiye’de turizm ve yiyecek içecek sektörlerini doğrudan etkileyen üç önemli salgından bahsedilebilir. Bunlar sırasıyla kuş gribi (2006), domuz gribi (2009) ve insanlık tarihinin en büyük pandemilerinden birine dönüşen COVID-19’dur. 2003 yılında ilk kez Hong Kong’da bir kişinin ölümüyle sonuçlanan kuş gribi virüsü (H5N1) Asya bölgesinden tüm dünyaya birkaç yılda yayılmış ve Dünya Sağlık Örgütü tarafından milyonlarca kişiyi öldürebilecek bir salgın olabileceği açıklaması yapılmış olsa da Türkiye’deki etkisi ufak düzeyde kalmıştır (Öztürk, 2007). Domuz gribi ise ilk olarak Meksika’da ortaya çıkarak yayılmış fakat Türkiye’ye çok fazla etkisi olmamıştır. Türkiye turizmini önemli derecede etkilemese bile uluslararası turizm hareketlerinde ufak gerilemelerden dolayı Türkiye’deki turizm hareketlerinin yükselme hızına kısmen olumsuz etki etmiştir (Göçen vd., 2011).

Salgın hastalıkların görülmesiyle birlikte turistlerin ya da genel olarak tüketicilerin davranışlarında önemli değişiklikler olmuştur. Turistler özellikle salgın hastalıkların meydana geldiği yerlere seyahat etmek istemezler ve risk algısı (Şengel vd., 2022) ya da ölüm kaygısı (Şengel vd., 2020) gibi nedenler turist akışını durma derecesine getirmektedir. Ayrıca devletler seyahat yasağı, sokağa çıkma yasağı, sınırlı çalışma saatleri ve kapasiteleri gibi uygulamalar ile sektörün hem arz hem de talep kısmını durma noktasına getirmiştir. Belki de restoran işletmeleri Cumhuriyet tarihindeki en zorlayıcı koşullar ile karşı karşıya kalmıştır. Kuş gribi ve domuz gribi dolayısıyla kısmi olarak olumsuz etkilenen restoran işletmeleri, COVID-19 pandemisiyle birlikte tamamen kapanarak dramatik bir şekilde etkilenmiştir. Hatta 2019 yılına göre 2020 yılında gelen turist sayısında %90’lara varan düşüşler yaşanmıştır (UNWTO, 2023). Bu süreçte birçok işletme iflas etmiş, faaliyetlerine devam eden restoran işletmeleri ise sınırlı sayıda çalışan istihdam ederek, işsiz kalan restoran çalışanlarının ise farklı sektörlere dağıldığı

bilinmektedir. Ayakta kalan restoran işletmeleri ise farklı çözümler arayarak faaliyetlerine devam etmiştir. Bunlar çoğunlukla paket servis imkanı olan işletmeler olarak göze çarpmaktadır (Milliyet, 2020). Aynı zamanda restoran işletmeleri pandemi ve sonrasında hizmetlerini tüketici ihtiyaç ve isteklerine göre revize etmek zorunda kalmıştır. Çevrimiçi sipariş uygulamaları, internet siteleri ve QR kodlu menüler (Avşar ve Tandoğan, 2022), temassız sipariş ve ödeme (Tekin, 2021) gibi teknoloji tabanlı servis süreçlerine uyum sağlamaya çalışılmıştır. Ayrıca restoran içerisinde oturma düzenlerinde değişikliklerin zorunlu tutulduğu, ateş ölçümü, maske takılması ve aşı kontrolü gibi uygulamaların olduğu bilinmektedir. Tüm bunların dışında restoran tüketicileri açısından hijyen beklentisi de önemli bir konu haline gelmiştir (İflazoğlu ve Aksoy, 2020). Tüm bu gelişmeler ve uygulamalar neticesinde restoran işletmeleri COVID-19 pandemisi nedeniyle zorlu bir süreç yaşayarak ekonomik anlamda kötü günler geçirmiştir.

2011 yılında ortaya çıkan ve halen devam eden Suriye iç savaşı, mülteci krizi ve terör saldırıları Türk turizm sektörünü derinden etkilemiş ve etkilemeye devam etmektedir. Bu durum turizm sektörü ile doğrudan ilişkili olan restoran işletmelerini de olumsuz yönde etkilemiş ve bu süreçte birçok restoranın kapanmasına kadar varan sonuçlar doğurmuştur. Bununla birlikte özellikle Türkiye'ye yönelik mülteci akını ile birlikte Suriye mutfağı başta olmak üzere Afgan, Bangladeş, Pakistan vb. mutfakları yansıtan birçok restoran işletmesinin açıldığı ve bu mülteci restoranlarının Türk restorancılığı açısından önemli bir gelişme olduğu söylenebilir. Özellikle bu mültecilerin açmış oldukları restoran işletmelerinin gelecek yıllarda Türk restorancılığına nasıl etki edeceği tartışma konusudur.

Günümüzde turistlerin bir yeri ziyaret etmek, kültürleri tanımak ve keşfetme motivasyonunun altında yatan temel sebeplerden bir tanesinin gastronomi olduğu bilinmektedir. Bu nedenle ülkemizde son yıllarda gastronomi ile ilgili önemli girişimler ve çalışmaların olduğu bilinmektedir. Buna bağlı olarak bazı şehirlerimiz zengin mutfağı ve tesisleri ile günümüzde önemli turistik gösterge olarak kabul edilen UNESCO Gastronomi Şehri unvanı almıştır. Buradaki temel amaç destinasyonların yarattıkları değerler nedeniyle birbirinden farklılaşmasıdır. Aynı zamanda markalaşarak diğer destinasyonlara karşı rekabet üstünlüğünü elde etmesidir. Bu bağlamda 2023 itibariyle dünyada sadece 49 şehre verilen bu unvanı alan şehirlerimiz sırasıyla Gaziantep 2015, Hatay 2017 ve Afyonkarahisar ise 2019 yılında UNESCO Gastronomi Şehri unvanını alarak uluslararası alanda da tanınırlığa kavuşmuşlardır (Şahin vd., 2021: 203; UNESCO, 2023). Elde edilen bu başarı, gastronomi turizmi ve restoran işletmeleri açısından oldukça önemli bir gelişmedir. Bir şehrin bu unvanı alması, o şehre önemli derecede ziyaretçi çekmekte ve şehirdeki restoran popülasyonu gelişerek büyümektedir. Önemli derecede talebe cevap veren bu restoranlar için ekonomik fayda ise maksimum düzeye çıkarak, şehirlerin restorancılık anlamında gelişimi hızla devam etmektedir.

Gastronomi şehirleri dışında restoran işletmelerinin değerlendirildiği ve köklü geçmişe sahip olan Michelin Rehberi, restoran sektöründe dünya çapında tanınmış bir derecelendirme sistemidir (Yazıcı Ayyıldız ve Kuday, 2023). Bir restoranın Michelin yıldızı alması, yemek kalitesi, hizmet, atmosfer ve diğer faktörlerin üst düzeyde olduğunu göstermektedir. Michelin yıldızları, bir restoranın prestijini artırabilir, daha geniş bir müşteri kitlesine ulaşmasını sağlayabilir ve uluslararası tanınırlığına katkı sağlayabilir. Bu anlamda restoranlar için büyük öneme sahip olan Michelin yıldızı Türkiye'yi 2022 yılında değerlendirmeye almıştır. Yapılan değerlendirmeler sonucunda Türkiye'deki restoranlardan Araka, Nicole, Mikla ve Neolokal (ayrıca yeşil yıldız almıştır) adlarıyla restoranlar bir yıldızlı Michelin restoranları kategorisinde yer almaya hak kazanmıştır. Türk Fatih Tutak adlı restoran ise Türkiye tarihinde ilk iki yıldızlı Michelin restoran unvanını alarak tarihe geçmiştir. Bunların dışında ise Aman da Bravo, Calipso Fish, Alaf, Sade Beş Denizler Mutfağı, Giritli, Cuma, Karaköy Lokantası, Tershane, Aheste ve Pandeli adlı restoranlar ise yıldız almasalar bile Michelin Rehberi tarafından Bib Gourmand ödülüne layık görülmüştür (Michelin Guide, 2023). Michelin Yıldızının Türkiye'ye açılması Türk restorancılığı açısından önemli bir fırsat olarak görülmektedir. Henüz tüm Türkiye'de olmasa bile gelecek yıllarda Türk restorancılığı açısından dünyaca tanınırlığına önemli katkılar vereceği düşünülmektedir.

Cumhuriyet Tarihinde 1999 Marmara Depreminden sonra en büyük depremler 2023 yılında Kahramanmaraş (6 Şubat) ve Hatay'da (20 Şubat) yaşanmış ve büyük yıkımlara sebep olmuştur. Bu

depremler Türkiye’de birçok endüstriyi olumsuz etkilemiştir. En çok etkilenen işletmelerin başında ise turizm ve restoran işletmeleri gelmektedir (Göktaş, 2023). Bölgedeki yıkılan veya hasar alan turizm tesislerinin sayısı ve maliyeti oldukça fazladır. Türkiye Cumhuriyeti Strateji ve Bütçe Başkanlığının (2023) raporuna göre, bu maliyetin toplam 2.156.990.185 TL olduğu belirtilmiştir. Böylesine büyük bir maliyet çıktısı işletmelerin faaliyetlerinin durmasına ve iflas etmelerine kadar önemli sonuçlar doğurmuştur. Özellikle deprem bölgesinde bulunan UNESCO gastronomi şehirleri Gaziantep ve Hatay’ın, sektörel anlamda durma noktasına geldiği bilinmektedir. Türkiye’deki gastronomi turizminin neredeyse %80’i deprem bölgesinde gerçekleşmektedir. Dolayısıyla deprem bölgesindeki gastronomi turizminin eski seviyelerine gelmesinin 2025 yılını bulabileceği belirtilmektedir (Hürriyet, 2023). Konuyla ilgili henüz bilimsel araştırmaların eksik olduğu ve restoranların bölgedeki personel, tedarik, güven ve ekonomik destek gibi konularda belirsizliğin devam ettiği bilinmektedir. Sonuç itibariyle Cumhuriyetin kurulmasından günümüze kadar restoran işletmelerinin gelişim sürecini etkileyen birçok önemli olay yaşanmıştır. Bu kapsamda yaşanan bu olaylardan ders çıkarmak ve gelecek yıllarda restoran işletmelerini etkileyebilecek bu tür olaylara hazırlıklı olmak sektörün sürdürülebilirliği ve başarısı için önem arz etmektedir.

Sonuç ve değerlendirme

Cumhuriyet tarihinin öncesi ve başlangıcında Türkiye’de yiyecek içecek işletmeciliği, geleneksel mutfak kültürü ve sokak satıcılarının hüküm sürdüğü bir dönemdedi. 1923 yılında Türkiye’nin Cumhuriyeti ilan etmesi, modernleşme ve kentleşme süreçlerini hızlandırdı. Bu dönemde restoranlar, geleneksel kahvehane ve gazino gibi yerlerden farklılaşarak batı tarzı yeme içme mekanlarına dönüşmeye başladı. Ancak 20. yüzyılın ortalarından itibaren ülkedeki modernleşme ve kentleşme süreçlerini yoğunlaşması restorancılığın da ivme kazanmasına yol açtı. Özellikle büyük şehirlerdeki artan nüfus, yeni lezzet deneyimleri arayışı ve batı tarzı yeme alışkanlıklarının benimsenmesi, restoran sektörünün gelişimini tetikledi. 1960’lar ve 1970’ler, Türkiye’deki yiyecek içecek işletmelerinin önemli bir dönüm noktasını temsil etmektedir. Bu yıllarda turizmin ve küreselleşmenin etkisiyle yiyecek içecek sektöründe büyük değişiklikler yaşandığı bilinmektedir (Sarıışık ve Hatipoğlu, 2013). Yabancı turist sayısının artması, yerel işletmelerin uluslararası standartlara uyum sağlamasını gerektirdi. Bu dönemde restoranlar, turistlerin beklentilerini karşılayacak şekilde menü çeşitliliğini artırdı ve servis kalitesinde ve şekillerinde değişikliklere gidildi. Yabancı turistlerin ve yerel halkın daha geniş bir yemek yelpazesi talep etmeleri, farklı mutfak kültürlerinden öğelerin Türk mutfağına entegrasyonunu hızlandırdı. Bu dönemde restoranlar, geleneksel Türk lezzetlerinin yanı sıra uluslararası mutfaklardan örnekler sunarak çeşitlendi (Kızıldemir vd., 2014).

1980’ler ve sonrasında ekonomik liberalleşmenin etkisiyle turizm endüstrisi ve yiyecek içecek sektörü daha rekabetçi bir hale gelmiştir (Coşgun ve Alkan, 2020). Fast-food zincirlerinin ve uluslararası restoran markalarının Türkiye’ye girişi, sektördeki çeşitliliği artırmıştır. Aynı zamanda bu dönemde yerel mutfak kültürünün daha fazla vurgulanması ve korunması gerekliliği de gündeme gelen en büyük konulardan bir tanesidir (Önçel, 2015). Globalleşmenin faydaları olduğu gibi Türk restorancılığına zararları da mevcuttur. Yerel işletmelerin, restoran kültürünün, mutfakların korunması ve sürdürülebilir bir şekilde gelecek nesillere aktarılması da büyük önem arz etmektedir. Bu konudaki projelere ve çalışmalara her zamankinden daha fazla ihtiyaç vardır. Türk restoran kültürünü koruyabilmek, globalleşen sektör içerisinde zor olsa da değerli bir atılım olacaktır.

Cumhuriyet tarihi boyunca, Türkiye bir dizi ekonomik, siyasi ve sosyal krizle karşılaştı ve bu krizler restoran sektörünü önemli ölçüde etkilemiştir. Ekonomik krizler, özellikle 1994, 2001 ve 2008 gibi dönemlerde, restoran işletmelerinin gelirlerinde azalmalara sebep olmuştur. İnsanların harcama alışkanlıklarının değişmesi, lüks tüketimin azalması ve işsizliğin artması nedeniyle restoranlara olan talep azalmıştır. İşletmeler, maliyetleri düşürmek ve müşteri çekmek için yeni stratejiler geliştirmek zorunda kalmıştır. Siyasi belirsizlikler ve güvenlik endişeleri de restoran sektörünü olumsuz etkileyen önemli krizlerdendir. Terör saldırıları gibi olaylar, turist sayısının azalmasına ve yerel halkın dışarıda yemek yeme isteğinin azalmasına yol açmıştır. Restoranlar, güvenliğe daha fazla önem vermek ve müşterilerin endişelerini gidermek için çaba harcamak zorunda kalmıştır. Ayrıca, siyasi belirsizlikler ve değişen düzenlemeler, işletme koşullarını belirsizleştirerek, işletmeleri zor durumda bırakmıştır.

Cumhuriyet dönemi Türkiye’inde yaşanan siyasi krizler, restoran sektörünü çeşitli şekillerde etkilemiştir. Siyasi krizlerin ekonomik istikrarı sarsması, restoran işletmelerinin gelirlerinde dalgalanmalara neden olmuştur. Özellikle 1960, 1980, 1990’lar ve 2000’lerde yaşanan askeri darbeler veya darbe girişimleri, siyasi belirsizlikler ve hükümet değişiklikleri, ekonomik aktiviteyi olumsuz yönde etkilemiş ve restoran işletmelerinin müşteri talebini düşürmüştür. Siyasi krizler sırasında turizmdeki düşüşler, yiyecek içecek sektörünü doğrudan etkilemiştir. Turist sayısındaki azalma, özellikle büyük şehirlerde ve turistik bölgelerde restoranların müşteri tabanının daralmasına yol açmıştır. Restoran işletmeleri, turistlerin güvenliğinden endişe duymaları nedeniyle yerel halkın dışarıda yemek yeme isteğinin azalmasıyla da karşılaşmıştır. Genel anlamda siyasi krizlerin restoran işletmelerine yansımaları negatif yönlü olmuştur.

COVID-19 pandemisi ise Cumhuriyet tarihinin en büyük krizlerinden biri olarak yiyecek içecek sektörünü derinden etkilemiştir. Salgın nedeniyle restoranlar kapanmış veya sınırlı kapasiteyle hizmet vermek zorunda kalmıştır. Sosyal mesafe kuralları ve hijyen önlemleri, restoranların işleyişini ve müşteri akışını büyük ölçüde değiştirmiştir. Paket servis ve teslimat gibi alternatif iş modellerine yönelme, birçok restoranın ayakta kalma çabalarını şekillendirmiştir. Kriz dönemleri, restoran sahiplerini daha esnek ve yaratıcı olmanın öneminin anlaşıldığı dönemler olmuştur. İşletmeler, online sipariş sistemleri kurarak veya dışarıya yönelik masa düzenlemeleri yaparak değişen koşullara uyum sağlamıştır. Aynı zamanda maliyetleri düşürmek ve kaynakları daha etkin kullanmak için çeşitli stratejileri geliştirerek, yoğun rekabet piyasasında kendilerine yer edinmeye çalıştılar. Cumhuriyet tarihi boyunca yaşanan krizler, Türkiye’deki yiyecek içecek sektörünü sürekli olarak etkilemiştir. Ekonomik, siyasi ve pandemi gibi çeşitli krizler, restoran işletmelerini değişen koşullara uyum sağlamaya zorlamıştır. Bu krizler, restoran sahiplerini daha dayanıklı, esnek ve yenilikçi olmaya teşvik etmiş, böylece sektör zorluklarla başa çıkabilme yetisini de geliştirmiştir.

Sonuç olarak, Cumhuriyet tarihi boyunca Türkiye’deki yiyecek içecek sektörü büyük bir değişim geçirdi. Geleneksel sokak lezzetlerinden uluslararası mutfağa kadar geniş bir yelpazede hizmet veren restoranlar, kültürel etkileşimleri yansıtarak zenginleşmiştir. Küreselleşme ve değişen yeme alışkanlıkları, restoran işletmecilerini daha yaratıcı ve çeşitli deneyimler sunmaya teşvik etmektedir. Bugün Türkiye, zengin ve çeşitli restoran işletmeleriyle hem yerel halka hem de ziyaretçilere (yerli ve yabancı turistlere) zengin bir yemek deneyimi sunmaya devam etmektedir.

Kaynakça

- Acar, D. (2020). Turizm tarihi incelemelerinin yaygınlaşması neden önemlidir?. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 31(1), 96-100.
- Akdağ, G., Sormaz, Ü., Özata, E., Güneş, E. Yılmaz, M. ve Seçim, Y. (2015). İstanbul’da faaliyet gösteren turizm işletme belgeli restoranların mutfak uygulamaları. *16. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, 12-15 Kasım 2015, Çanakkale.
- Aktürk, İ. ve Albeni, M. (2002). Doğal afetlerin ekonomik performans üzerine etkisi: 1999 yılında Türkiye’de meydana gelen depremler ve etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(1). 1-18.
- Akyürek, S. (2022). Mutfak akımları. İçinde: Ü. Can (Ed.), *Profesyonel mutfak yönetimi inovatif yaklaşım*. (s. 33-62). Detay Yayıncılık.
- Aldemir, N. ve Sormaz, Ü. (2021). Sürdürülebilir turizm kapsamında bir asrı aşan tecrübe: Asırlık restoranlarımız. *Aydın Gastronomy*, 5(1), 71-80.
- Avşar, M., & Tandoğan, G. K. (2022). Karekod (QR kod) menü kullanan restoran işletmeleri üzerine bir araştırma: Amasya örneği. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(7), 858-869.
- Ayyıldız Yazıcı, A. ve Kuday, M. (2023). Michelin Yıldızlı restoranların tripadvisor yorumlarının değerlendirilmesi. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 5(1), 54-67.
- Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü (1949). *Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü Kanunu*. 08 Ağustos 2023 tarihinde [https://www5.tbmm.gov.tr/tutanaklar/KANUNLAR_KARARLAR/kanuntbmmc031/kanuntbmmc03105392.pdf](https://www5.tbmm.gov.tr/tutanaklar/KANUNLAR_KARARLAR/kanuntbmmc031/kanuntbmmc031/kanuntbmmc03105392.pdf) adresinden erişildi.

- Başarangil, İ. ve İnam, N. (2017). Restoran pazarlamasında 7P: Etnik bir restoranda örnek olay incelemesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 127-145.
- Bingöl, R. (2005). *Restoran İşletmeciliği*. Timaş Yayınları.
- Coşgun, M. ve Alkan, A.D. (2020). Liberalleşme eğilimlerinin turizm sektörüne etkileri: Türkiye örneği. *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5, 37-62.
- Çelik, N. ve Karaçuka, M. (2017). Terör saldırılarının turizm sektörü üzerindeki etkileri: Türkiye özelinde ampirik bir analiz. *Ege Akademik Bakış*, 17(3), 313-322.
- Çiftçi, F. (2019). *Türkiye'nin iktisat ve turizm politikaları ilişkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Dalgın, T., Karadağ, L. ve Bingöl, Z. (2015). Türkiye'de turizm girişimciliğinin gelişimi ve turizmle ilgili sağlanan teşvikler. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 174-184.
- Davis, B., Lockwood, A., Alcott, P. ve Pantelidis, I. (2008). *Food and beverage management*. Routledge.
- Destici, A. (2014). *Hayaller serisi bir kafe-restoran açsam*. Elma Yayınevi.
- Dilek, S. E. ve Dilek, N. K. (2017). Dünyada ve Türkiye'de yaşanan olayların turizme yansımaları: 1960'tan günümüze tarihsel bir değerlendirme. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 1083-1108.
- DPT (1963). Kalkınma Planı (Birinci Beş Yıl) 1963-1967 Dönem Raporu.
- DPT (1968). İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1968-1972 Dönem Raporu.
- DPT (2013). Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018 Dönem Raporu.
- DPT (2019). Onbirinci Kalkınma Planı (2019-2023) Dönem Raporu.
- Dursun, Ö. T. (1999). *Self-servis düzenine bağlı zincir fast-food restoranların yemek salonu iç mekân biçimlenmesine bir yaklaşım*. [Yüksek Lisans Tezi], Hacettepe Üniversitesi.
- Düzgün, E. ve Durlu Özkaya, F. (2015). Mezopotamya'dan günümüze mutfak kültürü. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 3(1), 41-47.
- Erdoğan, S. (2018). Körfez krizi'nin Türkiye ekonomisi üzerindeki etkileri (1989-1991). *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(15), 33-47.
- Erkara, O. (2010). *100 tarihi lokanta*. Cinius Yayınları.
- Eryılmaz, M. (2022). Asırlık Türk firmaları üzerine bir araştırma. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 5(3), 519-543.
- Göçen, S., Yirik, Ş. ve Yılmaz, Y. (2011). Türkiye'de krizler ve krizlerin turizm sektörüne etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 493-509.
- Göktaş, L. S. (2023). Kahramanmaraş merkezli depremlerin turizm sektörüne etkisi ve deprem sonrası atılması gereken adımlar hakkında öneriler. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(2), 624-635.
- Green Restaurant Association-GRA (2023). *About Us*. 15.08.2023 tarihinde <https://www.dinegreen.com/about> adresinden erişildi.
- Hacıoğlu, N., Bozkurt, M. ve Şahin, B. (2017). *Genel turizm*. Paradigma Akademi Yayınları.
- Hürriyet (2023). Gastronomi için geri dönüş 2025'te. 15.08.2023 tarihinde <https://www.milliyet.com.tr/ekonomi/gastronomi-icin-geri-donus-2025te-6918913> adresinden erişilmiştir.
- İbiş, S. (2021). İstanbul'daki asırlık restoranlar ve bu restoranlara yönelik çevrimiçi yorumların incelenmesi. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 127-139.
- İflazoğlu, N. ve Aksoy, M. (2020). Tüketicilerin COVID-19 salgını sürecinde yiyecek-içecek işletmelerinden beledikleri hizmetin niteliğine ilişkin bir araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(4), 3362-3377.
- Kahraman, N. (1993). Dünya turizmi ve Türkiye. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 32-33.
- Karamustafa, K. ve Ülker M. (2018). *Yiyecek ve içecek sektörü*. (İçinde: Yiyecek ve içecek yönetimi, Ed. Kurtuluş Karamustafa, s.9-46), Detay Yayıncılık.
- Kayıran, M. ve Saygın, S. (2019). İzmir iktisat kongresi. *Türk Dünyası Uygulama ve Araştırma Merkezi Yakın Tarih Dergisi*, 2(5), 27-70.
- Kılınç, O. ve Çavuş, Ş. (2010). *Yiyecek-İçecek sektörüne genel bakış*. (İçinde: Türk turizm tarihi, yapısal ve sektörel gelişim, Eds. Ş. Çavuş, Z. Ege ve O. E. Çolakoğlu, s.1-18), Detay Yayıncılık.

- Kızılcık, O. ve Akyürek, S. (2021). Yeşil restoranlarda hizmet alan müşterilerin memnuniyet ve şikâyetlerinin incelenmesi: Akdeniz ülkelerinden örnekler. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(46-1), 1415-1431.
- Kızıldemir, Ö., Öztürk, E. ve Sarıışık, M. (2014). Türk mutfak kültürünün tarihsel gelişiminde yaşanan değişimler. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(3), 191-210.
- Koçak, N. (2016). *Yiyecek içecek hizmetleri yönetimi*. Detay Yayıncılık.
- Koçer, G. (2020). Turizm tarihini keşfetmek: Modern turizmin doğuşu ve Doğu'nun cazibesi. *Near East Historical Review*, 10(3), 327-344.
- Korkmaz, E. (2010). Geçmişten günümüze restoranlar: Türkiye'de restorancılığın gelişimi. V. *Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi: Nevşehir*.
- Kurnaz, A. (2011). *Yiyecek içecek işletmelerinde hizmet kalitesinin ölçümü: Marmaris örneği*. [Yüksek Lisans Tezi], Muğla Üniversitesi.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2023). 26 Ağustos 2023 tarihinde <https://www.ktb.gov.tr/TR-96268/turizm.html> adresinden erişildi.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- McDonalds (2023). 12 Ağustos 2023 tarihinde <https://www.mcdonalds.com.tr/tarihcemiz> adresinden erişildi.
- Michelin Guide (2023). 26 Ağustos 2023 tarihinde <https://guide.michelin.com/tr/tr/selection/turkey/restaurants> adresinden erişildi.
- Milliyet (2020). *Kapatma kararı ardından restoranlardan yeni hamle*. 26 Ağustos 2023 tarihinde <https://www.milliyet.com.tr/galeri/kapatma-kararinin-ardindan-restoranlardan-yeni-hamle-6360887> adresinden erişildi.
- Okat, Ç. ve Taşkesen, U. E. (2022). *Yiyecek içecek sektörüne genel bir bakış*. (İçinde: Profesyonel mutfak yönetimi ve inovatif yaklaşım. Ed. Ülker Can, s. 1-11), Detay Yayıncılık.
- Önçel, S. (2015). Türk mutfağı ve geleceğine ilişkin değerlendirmeler. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 3(4). 33-44.
- Öztürk, H. E. (2007). *Salgın hastalıkların turizm sektörüne etkisi-Türkiye'de kuş gribi örneği*. [Yüksek Lisans Tezi], Sakarya Üniversitesi.
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte olan ülkeler için alternatif turizm faaliyetleri üzerine teorik bir çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 183-195.
- Papatya, N., Papatya, G. ve Papatya, İ. K. (2021). Sürdürülebilir rekabette temel yetenekler: Isparta kebabçı esnafı/lokanta işletmelerinde araştırma. *International Journal of Business Economics and Management Perspectives*, 5(1), 1-32.
- Saral, E. ve Malkoç, E. (2018). Erken cumhuriyet döneminde İstanbul'da turizm etkinlikleri ve turizmi geliştirme çabaları (1923-1938). *XVIII. Türk Tarih Kongresi Kongreye Sunulan Bildiriler* (1-5 Ekim), Ankara, (1-5 Ekim), ss. 345-366.
- Sarıışık, M. ve Hatipoğlu, A. (2013). *Türkiye'de yiyecek içecek sektörünün gelişimi*. (İçinde: Türk turizm tarihi, yapısal ve sektörel gelişim. Eds. Ş. Çavuş, Z. Ege ve O.E. Çolakoğlu, s.185-201), Detay Yayıncılık.
- Sönmez, B. (2017). Yiyecek içecek işletmeciliği. M. Doğdubay ve G. Saatçı (Ed.). *Yiyecek ve içecek paradoksu* içinde (ss. 141-164). Detay Yayıncılık.
- Şahin, B., Avcıkurt, C., Soylu, B. Ç., Duman, H. ve Şalk, S. (2021). *Dünya Mirası ve Turizm UNESCO Programları ve Uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Şahin, H. (2016). *Türkiye Ekonomisi*. Ezgi Kitabevi Yayınları.
- Şengel, Ü., Genç, G., Işkın, M., Çevrimkaya, M., Assiouras, I., Zengin, B., Sarıışık, M. ve Buhalis, D. (2022). The impacts of negative problem orientation on perceived risk and travel intention in the context of COVID-19: a PLS-SEM approach. *Journal of Tourism Futures*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print.
- Şengel, Ü., Işkın, M., Genç, G. ve Çevrimkaya, M. (2020). COVID-19 ile İlgili Ölüm Kaygısının Seyahat Davranışına Etkisi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, Cilt 19 (COVID-19 Özel Sayısı), 105-121.
- T.C. İzmir Valiliği (2023). İzmir İktisat Kongresi. 03 Ağustos 2023 tarihinde <http://www.izmir.gov.tr/izmir-iktisat-kongresi> adresinden erişildi.
- Taştemel, G. (2023). 2000-2001-2008 Krizleri ile pandemi sürecindeki ekonomik verilerin karşılaştırılması. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 17(2), 27-45.

- Tekin, M. T. (2021). *Covid-19 sonrası restoran sektöründe temassız sipariş ve ödeme uygulamaları*. [Yüksek Lisans Tezi], Maltepe Üniversitesi.
- Theobald, F. W. (2005). *The meaning, scope and measurement of travel and tourism*. (İçinde: Global tourism, Ed. Theobald, F. W), Butterworth-Heinemann.
- Tripadvisor (2023). 05 Ağustos 2023 tarihinde <https://www.tripadvisor.com.tr/> adresinden erişildi.
- TURYİD (2023). *TURYİD hakkında*. 25 Ağustos 2023 tarihinde <https://turyid.org/turyid-hakkında/> adresinden erişildi.
- Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu, (2023). *Turing'in tarihçesi*. 07 Ağustos 2023 tarihinde <https://www.turing.org.tr/turingin-tarihcesi/> adresinden erişildi.
- Türksoy, A. (2015). *Yiyecek ve içecek hizmetleri yönetimi*. Detay Yayıncılık.
- Uluyol, O. (2011). *Yiyecek ve içecek hizmetleri yönetimi*. Detay Yayıncılık.
- UNESCO (2023). *Creative cities network*. 26 Ağustos 2023 tarihinde <https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map> adresinden erişildi.
- Unur, K. (2000). Turizm-terörizm ilişkisi ve Türkiye örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 169-177.
- UNWTO. (2023). *Tourism recovery tracker*. 26 Ağustos 2023 tarihinde <https://www.unwto.org/tourism-data/unwto-tourism-recovery-tracker> adresinden erişildi.
- Ünlüöner, K. ve Kılıçlar, A. (2004). Ekonomik yansımalarıyla Türk turizminin seksen yılı. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 131-156.
- Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü (2023). *Turizm işletmesi belgeli tesisler*. 10.08.2023 tarihinde <https://yigm.ktb.gov.tr/genel/turizmtesisleri.aspx> adresinden erişildi.
- Yeşiltaş, M., Öztürk, İ. ve Türkmen, F. (2008). Terör faaliyetlerinin turizm sektörüne etkilerinin çözüm önerileri perspektifinde değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 175-189.
- Yeşilyurt, Ş. (2021). Büyük Buhran'ın Türkiye ekonomisi üzerindeki bir neticesi: Buhran vergisi. *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, 37(104), 221-260.
- Yetimoğlu, S. (2017). *Restoran işletmelerinde otantizm uygulamaları ve otantik pazarlama üzerine bir araştırma: İstanbul örneği*. [Yüksek Lisans Tezi], Necmettin Erbakan Üniversitesi.

Etik kurul onayı

Bu araştırma, ikincil kaynaklar üzerinden gerçekleştirildiğinden, etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

Araştırmacıların katkı oranı beyanı

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar çatışması beyanı

Bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.