



**KONAKLAMA İŞLETMELERİ MUTFAK DEPARTMANINDA HAZIR GIDA  
KULLANIMININ DEĞERLENDİRİLMESİ ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA**

**ÖĞr. Gör. Dr. Alper KURNAZ\***

**ÖZ**

Turizmin önemli paydaşlarından biri olan konaklama işletmelerinin sayısı her gezen gün artmaktadır. Buna paralel olarak mutfak departmanlarının sayısı da artmaktadır. Bu departmanda kullanılan ürünlere olan ihtiyacın niceliği ve niteliği önemli olmakla birlikte insanlar tarafından titizlikle takip edilen bir konu haline gelmiştir. Güvenilir ürüne olan ihtiyaç, insanların sağlıklı ve hijyenik ürün ve hizmetleri talep etmesi, ürün sayısının ve çeŐsidinin sürekli artmasına zemin hazırlamıŐtır. Bu iŐletmelere ürün sağlayan tedarikçiler de bu durumun farkına vararak ürün yelpazelerini sürekli genişletmektedirler. Bu bağlamda hem iŐletmeler ağıısından hem de tüketiciler ağıısından önemli bir konu olan hazır gıda kullanımı önemli bir araştırma konusu olarak bu araştırmada ele alınmaktadır. Bu çalışmanın amacı, Marmaris destinasyonunda yer alan konaklama işletmeleri mutfak departmanları yöneticilerinin hazır gıda kullanımı tercihleri ile ilgili düşüncülerinin ortaya konmasıdır. Ayrıca hazır gıda ürünlerini tercih etme sebeplerinin belirlenmesi ve hazır gıda ürünleri hakkında Şeflerin düşüncelerinin tespiti çalışmanın alt amaçlarını oluşturmaktadır. Nitel araştırma yönteminin uygulandığı çalışmada, verilerin elde edilmesinde yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmıştır. Çalışma sonucunda Marmaris destinasyonunda yer alan konaklama işletmeleri mutfak departmanları yöneticilerinin hazır gıda kullanma sebepleri olarak zaman tasarrufu sağlaması, personel sayısından kar edilmesi, kalifiye personelin olmaması ya da istenilen özelliikte personele ulaşılamaması, ekonomik sebepler, hazır gıdaların pratik olması, raf ömrünün uzun olması, ürün çeşitliliği sunması ve standart üretime imkan sağlaması tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları doğrultusunda ilgili çevrelere birtakım önerilerde bulunulmuŐtur.

**Anahtar Kelimeler:** Hazır Gıda Kullanımı, Mutfak Yöneticileri, Marmaris

**A QUALITATIVE RESEARCH ON THE EVALUATION OF READY FOOD AND  
CONVENIENCE FOOD USE IN THE KITCHEN DEPARTMENT**

**ABSTRACT**

The number of accommodation establishments, which is one of the important stakeholders of tourism, is increasing day by day. In parallel, the number of kitchen departments is increasing. Although the quantity and quality of the products used in this department is important, it has become a subject that has been meticulously followed by people. The need for reliable products, people demanding healthy and hygienic products and services, has prepared the ground for a continuous increase in the number and number of products. Suppliers who provide products to these enterprises are also aware of this situation and expand their product range continuously. In this context, ready-to-use food, which is an important issue for both businesses and consumers, is considered as an important research subject in this research. The purpose of this study is to reveal the opinions of the managers of the kitchen departments in the Marmaris destination about the preferences of the food management. In addition, determining the reasons of preference for ready-to-use food products and determining the opinions of the chefs about prepared food and convenience food products constitute the sub-objectives of the study. In this study, where qualitative research method was applied, semi-structured interview technique was applied to obtain the data. As a result of the study, it is expected that the kitchen

\* Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi/Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu/ Seyahat-turizm Ve EĞlence Hizmetleri Bölümü/handekurnaz@mu.edu.tr, ORCID No: 0000-0001-5288-0706

managers in Marmaris will save time as the reasons of ready-to-use food, profit from the number of personnel, lack of qualified personnel or not be able to reach qualified personnel, economic reasons, practical use of prepared foods, long shelf life, offering a variety of products and standard production facilities. As a result of the research, some suggestions were made to the related fields.

**Keywords:** Use in Prepared Food and Convenience Food, Kitchen Managers, Marmaris

## GİRİŞ

Dünya turizm hareketleri her geçen gün artmakta ve daha çok insan bu hareketlilik içinde yer almaktadır. İnsanların sürekli değişen ihtiyaç ve beklentileri yeni ürünlere olana talebi arttırmakta turizm sektörü içinde yer alan tüm işletmeleri yeni ürünleri aramaya itmektedir. Bu yeni ürünleri meydana getirme çabası rekabet ortamını daha da yükseğe çıkartarak her geçen gün çitanın yükselmesine sebep olmaktadır. Bu sebeplerle hem Türkiye’de hem de Dünya’da hızla artan yoğun iş temposu, tüketicilerin yeni ve farklı ürünleri deneme istekleri, ailelerin zaman kısıtları gibi sebeplerle hazır gıda ürünleri hayatımızda giderek daha büyük bir yer almaktadır (Baştürk vd. 2014).

Yiyecek içecek endüstrisinin, özellikle yemek pişirme hizmetleri ve dağıtım sistemlerinin geliştirilmesi ve genişlemesi nedeniyle hazır gıda ürünlerinin önemi giderek artmıştır (Jo vd. 2005). Sektörün sürekli büyümesi, hacmin artmasına paralel olarak zaman yönetiminin daha önemli hale gelmesi, üretim sayısının artması, kalifiye personele ulaşmanın zorluğu ya da deneyimli personele verilmesi gereken ücretin işletmeye getirdiği yükün fazla gelmesi gibi sebeplerle yiyecek içecek sektöründe hazır gıda tercihi normalden öte bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu bağlamda hem işletme sahipleri hem de profesyonel mutfak yöneticileri açısından hazır gıda kullanımı sektördeki genişlemeye ayak uydurarak tercih edilir olmuştur. Öte yandan hazır gıda kullanımı özellikle sürdürülebilir gıda, sağlıklı ve doğal beslenme, geleneksel üretim gibi son dönemde yeni eğilimler olan bu konularla da bir bakıma çelişmektedir. Çünkü özünde doğala ve doğaya kaçış olan bu eğilimlerle hazır gıda ürünlerin hem üretim yöntemleri hem de ürün içerikleri arasında farklılıklar bulunmaktadır.

Araştırma sonuçları kapsamında katılımcıların yukarıda bahsedilen konulardaki düşünceleri hakkında fikir edinebilmek ve bu doğrultuda yiyecek içecek endüstrisinde kullanılan hazır gıda ürünlerinin tercihi noktasında değerlendirme yapmak mümkün olabilecektir. Çalışma ile literatür taraması aşamasında daha önce konu ile ilgili herhangi bir çalışmaya rastlanmaması sebebiyle literatüre yeni bilgiler sunacağı düşünülmektedir.

Araştırma kapsamında örneklem olarak seçilen destinasyonda yer alan konaklama işletmeleri mutfak departmanları yöneticilerinin, hazır gıda kullanımı ile ilgili görüşlerinin tespit edilmesi, bununla birlikte hazır gıda konusundaki düşünceleri ve gelecekte hazır gıda kullanımı ile ilgili tercihleri bağlamında sunulabilecek unsurların ortaya konulmasının önemli olduğu düşünülmektedir. Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde çalışmanın konusu ile ilgili literatür taramasına ve yöntemine yer verilmiştir. İkinci bölümde ise görüşme tekniği ile elde edilen bulgular yer almaktadır. Son bölümde ise araştırma verilerinden derlenen sonuç ve öneriler kısmı bulunmaktadır.

## LİTERATÜR TARAMASI

Küreselleşme olgusu ile birlikte yaşanan hızlı teknolojik gelişmenin beraberinde getirdiği birçok yenilikle birlikte gıda alanında da önemli değişimler meydana gelmiştir. Gıda ürünleri ile ilgili üretim yeni boyutlar kazanmış ve birçok yeni ürün ortaya çıkmıştır. Ayrıca her geçen gün tüketim artmakta ve tüketiciler ürün çeşitliliği talep etmektedirler (Akpınar 2004). Bu durumda hazır gıda üreten firmaların hızla büyüyen gıda endüstrisine yeni ürünler sunması anlamına gelmektedir.

Hazır gıdalar ile ilgili bir çerçeve çizmek amacıyla hangi ürünlerin bu kapsamda ele alınması hususunda birçok araştırma yapılmış ve değişik tanımlamalar ortaya çıkmıştır. Hazır gıda ile ilgili tarihsel süreç ilk olarak 1950'ler de başlamaktadır (Scholliers 2015). Hazır gıda, ambalajlı olarak satılan ve içindeki gıdanın uzun süre dayanmasını sağlayacak gıda katkı maddeleri ile renklendirmek için kullanılan gıda boya ve raf ömrünü uzatmak için kullanılan kimyasallar içeren yiyecekler için kullanılmaktadır. Hazır çorbalardan, hazır meyve sularına; hazır soslardan her türlü baharat karışımına kadar birçok çeşidi olan hazır gıdalar hem hane halkı açısından evlerde hem de ticari mutfaklarda kullanılmaktadır. İnsanları ve işletmeleri hazır gıda tüketimine yönelten birçok sebep vardır. Değişen hane halkı yapısı, işgücüne kadın katılımının artması, yaratıcı üreticiler, reklam çekiciliği, mutfak teknolojisinin gelişmesi, bireysel ihtiyaç ve beklentiler, zaman kullanımı gibi çeşitli nedenlerle hazır gıdalara olan ilgi artmıştır (Brunner vd, 2010; Buckley vd, 2007; Sheely 2008; Verriet 2013).

Hazır gıda kullanımı ile ilgili turizm sektöründe yer alan konaklama işletmeleri mutfak departmanları genelinde ulusal literatürde daha önce yapılmış bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bununla birlikte yapılan literatür taramasında diğer sektörlerde ya da daha çok sağlık bilimleri konularında çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmalardan bazılarında Tablo 1'de yer verilmiştir.

**Tablo 1: Araştırma Konusu İle İlgili Geçmişte Yürütülen Bazı Çalışmalar**

Araştırmacı/Araştırmacılar	Bulgular
Baştürk vd. (2014)	Hazır gıda ürünleri satın alma davranışını etkileyen pazarlama faktörlerinin incelenmesi ile ilgili İğdır ilinde yürütülen çalışmada; tüketicilerin satın alma davranışını etkileyen pazarlama karması faktörlerinin önem sırasının Ürün-Dağıtım, Fiyat, Ürün, Tutundurma-Dağıtım olduğu; tüketicilerin hazır gıda ürünlerini satın alırken İşlevselci davranışı Hazırlıktan daha fazla sergilediği ve İşlevselcilerin Hazırlılara göre 4 pazarlama karması faktörüne daha fazla önem verdiği ortaya çıkmıştır.
Ayyıldız ve Keskin 2010	Dondurulmuş hazır gıda dağıtım kanalında dikey yönlü çatışma davranışı ile ilgili Doğu Karadeniz Bölgesi'nde yürütülen bir çalışmada en önemli

	anlaşmazlık konusu farklı ve ayrıcalıklı indirim ve ödeme koşulunun uygulanması şeklinde ifade edilmiştir. Anlaşmazlık konularını çözmede tutundurma çalışmalarını yönetmek için görev taksimi, boykot edip toptancının değiştirilmesi ve mamulle ilgili şikâyet birimi oluşturulması en çok başvuru yöntemleri olarak belirtilmiştir.
Göçmen vd. 2003	Hazır tarhana çorbaları üzerinde yapılan bir çalışmada ürün kalitesi ve tüketici sağlığı dikkate alınarak standartta bazı düzenlemeler ve değişikliklerin yapılmasının ve ticari ürünlerin daha sıkı denetlenmesinin yararlı olacağı görüşüne varılmıştır.
Kenanoğlu Bektaş vd. 2010	Dondurulmuş gıda ürünlerine yönelik tüketici tercihleri hakkında İzmir ilinde yürütülen bir çalışmada dondurulmuş ürünlere yönelik tanıtım, reklâm, promosyon gibi kampanyaların yapılmasının talebin artırılmasında önemli olacağı sonucuna varılmıştır. Dondurulmuş gıdalara yönelik talebi artırıcı çalışmaların hedeflenecek kitlenin ihtiyaçlarına, isteklerine ve alışkanlıklarına göre şekillendirilmesinin gerekliliği vurgulanmıştır.
Temelli vd. 2005	Soğuk olarak tüketime sunulan bazı hazır gıdaların mikrobiyolojik kalitelerinin incelenmesi üzerine yapılan bir çalışmada soğuk tüketime sunulan hazır gıdaların mikrobiyolojik kalitesinin düşük ve değişen oranlarda E. Coli ve koagülaz pozitif stafilkokları içermesi nedeniyle halk sağlığı yönünden riskli olduğu belirlenmiştir.

Bu çalışmalardan da görüldüğü üzere çalışmaların konusu daha çok gıda güvenliği, besin mikrobiyolojisi, pazarlama, gıda ve halk sağlığı gibi konuları kapsamaktadır. Bu sebeple yürütülen bu çalışmanın literatüre yeni bilgiler sağlaması açısından farklı bir çalışma olduğu düşünülmektedir. Ayrıca uluslararası literatürde de benzer çalışmalar varken araştırma konusuna uygun bir saha çalışmasına rastlanılmamıştır.

### ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Sosyal gerçekliğin öznesi olan insanların herhangi bir konuda sahip oldukları düşünce, duygu ve tutumları ölçmek amacıyla araştırmacılar çeşitli araştırmalar yapmaktadır (Türnüklü 2000). Bu araştırmanın amacı Marmaris destinasyonunda yer alan konaklama işletmeleri mutfak departmanı yöneticilerinin hazır gıda kullanımı tercihleri ile ilgili düşüncülerinin ortaya konulmasıdır. Araştırmanın amacı doğrultusunda hazır gıda ürünlerini tercih etme sebeplerinin belirlenmesi ve hazır gıda ürünleri hakkında şeflerin düşüncülerinin tespiti çalışmanın alt amaçları olarak ön plana

çıkılmaktadır. Bu amaçlara ulaşabilmek için araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırmalar sosyal bilimlerde birçok araştırma da kullanılmaktadır. Araştırmanın öznesi konumunda yer alan kişi arasında geçen kontrollü ve amaçlı sözel iletişim biçimi şeklinde ifade edilen görüşme tekniği (Cohen ve Manion 1994) bu araştırma için analiz birimi tarafından tercih edilmiştir.

### **Evren ve Örneklem**

Nitel araştırmada araştırmaya özgü veriler sağlayacak katılımcıların belirlenmesi oldukça önemlidir. Bu nedenle amaçlı örnekleme yöntemlerinin kullanılması nitel araştırmalar için önerilmektedir. Bu çalışmada, derinlemesine araştırma yapabilmek amacıyla çalışmanın amacı bağlamında bilgi açısından zengin durumların seçilmesi (Baltacı 2018) şeklinde tanımlanan amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın evrenini Marmaris destinasyonunda yer alan konaklama işletmeleri mutfak departmanı yöneticileri oluşturmaktadır. Çalışma alanı olarak seçilen Marmaris turizm destinasyonu özelliğine sahip olan ve birçok konaklama işletmesine ev sahipliği yapan bir yerleşim yeridir.

Araştırma örneklemini oluşturan Marmaris konaklama işletmeleri mutfak departmanı yöneticileri ile görüşme yapılabilmesi için randevu talep edilmiş ve olumlu cevap alınan yöneticilerle görüşmeler yapılmıştır. Çalışmaya katılan yöneticilerle görev yaptıkları otel ve iş yerlerinde görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Söz konusu yöneticilerin seçiminde Marmaris destinasyonunda yer alan otel işletmelerinde en az 10 yıl iş deneyimine sahip en az kısım şefi pozisyonunda görev yapma kriteri aranmıştır. Bu kriterlere uygun 17 yönetici şefle ile gerçekleştirilen görüşmeler sonrasında elde edilen bilgilerin tekrar edilmeye başlaması ve bir doygunluğa ulaşması sebebiyle (Miles ve Huberman 1994) katılımcı sayısı yeterli görülmüştür.

### **Veri Toplama Aracı**

Araştırmada veriler görüşme tekniği ile elde edilmiştir. Elde edilen veriler ise betimsel analiz tekniği ile analiz edilmiştir. Araştırmanın amacına uygun olduğu düşünülen 6 sorudan oluşan yarı yapılandırılmış mülakat formu literatür taraması sonucunda elde edilmiştir. Ölçeğin yapı geçerliliğinin sağlanabilmesi amacıyla ise mülakat formu turizm ve gastronomi alanında çalışmaları olan iki akademisyen ile sektör deneyimi olan ve üniversite mezunu iki aşçıbaşı tarafından anlam belirsizliklerini ortadan kaldırmak, anlaşılabilirliği ve anlam bütünlüğünü sağlayabilmek amacıyla değerlendirilmiş, yapılan eleştiriler ve düzenlemeler sonucunda soru formu örneklem üzerinde uygulanmıştır. 31 Eylül 2018 – 15 Ekim 2018 tarihleri arasında ortalama 30 dakikalık süreler şeklinde gerçekleştirilen mülakat görüşmeleri araştırmacılar tarafından gerçekleştirilmiş ses kayıt cihazları ile kayıt altına alınmıştır.

### **Veri Analizi**

Çalışmanın tasarlanmasında, elde edilen verilerin daha önceden belirlenen kategorilere göre özetlenmesini ve yorumlanmasını temel alan betimsel analiz kullanılmıştır. Asıl *amacı bulguların düzenlenmiş ve yorumlanmış bir şekilde sunulması olan betimsel analizde* (Yıldırım ve Şimşek 2016: 239-240) araştırılan konunun ayrıntılı bir şekilde aktarılabilmesi ve betimsel bir analiz yapılabilmesi için araştırmaya konu olan katılımcıların görüş ve deneyimlerinin mümkün olduğunca doğrudan sunulması

oldukça önemlidir. *Elde edilen verilerin ayrıntılı ve derinlemesine olması araştırma sonucunda ulaşılan sonuçların geçerlilik ve güvenilirliğine ilişkin önemli bir gösterge konumundadır* (Yıldırım ve Şimşek 2016: 48).

Bu çalışmada verilerin analizi için Wolcott (1994)'un önerdiği üç yol kullanılmıştır. Bu kapsamda toplanan verinin özgünlüğünün korunabilmesi amacıyla katılımcıların söylemlerine doğrudan alıntılar yapılması ve araştırma sorularına verilen cevapların sistematik olarak bazı kategoriler altında incelenmesi tavsiye edilmektedir. Bunların yanı sıra araştırmacının yorumları da veri analizlerinde kullanılmıştır. Çalışmada görüşmeler sonucunda raporlanan metinlerin analizi için içerik analizinden faydalanılmıştır. Analiz birimi olarak ise tümevarım yaklaşımı tercih edilmiştir. İçerik analizinde Strauss ve Corbin (1990)'in önerdiği model kapsamında kodlama, kategorileri belirleme, kategorileri isimlendirme ve bu kategorilerin özelliklerinin tanımlanması gerçekleştirilerek süreç tamamlanmıştır. Araştırmacı tarafından ön okuması yapılan metinlerin kod şemaları çıkartılarak incelenmiş ve kodlama işlemi tamamlanmıştır.

### ARAŞTIRMA BULGULARI

Bu bölümde Marmaris destinasyonunda yer alan yiyecek içecek işletmelerinin hazır gıda kullanım durumları konusundaki düşüncelerini değerlendirmek için yapılan çalışmanın bulgularına yer verilmektedir. Bu kapsamda araştırmaya katılan katılımcılar hakkında tanımlayıcı bilgiler verildikten sonra görüşmelere ilişkin bulgular kapsamlı bir şekilde ele alınmaktadır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular temalar ve kodlara ayrılarak öne çıkan örnek alıntılardan bazılarına yer verilmiştir. Görüşmede yer alan katılımcılara ait tanımlayıcı bilgiler Tablo 2'de yer almaktadır. Katılımcılarının yaşlarının 29 ile 68 arasında değiştiği ve katılımcıların neredeyse tamamının erkek (sadece bir katılımcı kadın) olduğu görülmektedir. Katılımcıların çoğunlukla lise mezunu olduğu, 10 ile 50 yıl arasında iş deneyimine sahip oldukları görülmektedir. Çalıştıkları işletmelerdeki görevlerine bakılacak olursa çoğunluğun aşçıbaşı olduğu dikkati çekmektedir. Bu durumdan hareketle katılımcıların üst düzey birim yöneticisi olmasından dolayı çalışma açısından görüşmelerden elde edilen bilgilerin daha gerçekçi sonuçlar doğuracağı varsayılmakta ve çalışma geçerliliği için önemli bir unsur olarak değer göreceği düşünülmektedir.

**Tablo 2: Katılımcılara Ait Tanımlayıcı Bilgiler**

Kodlama	Cinsiyet	Yaş	Eğitim	İş Deneyimi Süresi	İşletmedeki Görevi
K1	Erkek	37	Lise	21	Aşçıbaşı yardımcısı
K2	Erkek	29	Lisans	10	Kısım şefi
K3	Erkek	46	Lisans	30	Aşçıbaşı
K4	Erkek	38	Lise	20	Aşçıbaşı
K5	Erkek	53	Lise	35	Aşçıbaşı
K6	Erkek	68	Ortaokul	50	Aşçıbaşı

K7	Kadın	45	Lise	18	Kısım şefi
K8	Erkek	48	Lise	30	Aşçıbaşı yardımcısı
K9	Erkek	44	Lisans	25	Aşçıbaşı
K10	Erkek	36	Lise	13	Aşçıbaşı
K11	Erkek	38	Lise	15	Aşçıbaşı
K12	Erkek	54	Ortaokul	30	Aşçıbaşı
K13	Erkek	44	Ortaokul	29	Aşçıbaşı
K14	Erkek	40	Lise	23	Aşçıbaşı
K15	Erkek	42	Lise	25	Aşçıbaşı
K16	Erkek	43	Lise	28	Aşçıbaşı
K17	Erkek	40	Lise	20	Aşçıbaşı

Katılımcılardan görüşme yöntemi ile elde edilen verilerin içerik analizine tabi tutulması sonucunda ortaya çıkan bulgular Tablo 2, Tablo 3, Tablo 4, Tablo 5, Tablo 6 ve Tablo 7’de verilmiştir. Elde edilen bulgular ışığında Marmaris’te yer alan mutfak departmanı yöneticilerinin hazır gıda tanımı ve kullanımı ile ilgili düşüncelerini tespit etmek amacıyla oluşturulan sorulara verilen yanıtlar incelendiğinde (Tablo 3) hızlı yemek, personel tasarrufu, avantaj ve dezavantaj kodlarının ön plana çıktığı tespit edilmiştir. Özellikle hazır gıda kullanımının avantaj olduğu katılımcılar tarafından ifade edilmekle birlikte taze olan ürünlerin kullanımının aslında daha önemli olduğu belirtilmektedir. Katılımcıların iki soru için verdiği cevaplar incelendiğinde bu ifadenin frekans sayısının 19 olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 3: Hazır Gıda Tanımı ve Kullanımı İle İlgili Bulgular**

Soru	Tema	Kod	Alıntı
Size göre hazır gıda ne ifade etmektedir?	<b>Hazır Gıda Tanımı ve Kullanımı</b>	<b>Hızlı Yemek</b>	K3: “Hazır gıda kullanımı özellikle bizim gibi hıza önem verilen alakart mutfaklarda hız demektir, yani yemek hızlı çıkar bu da müşteriyi memnun eder.”
		<b>Personel Tasarrufu</b>	K15: “Hazır gıda aslında personelden tasarruf etmek için çok kullanılıyor bence. Ben bu mutfağın şefliğine

			talip olduğumda 25 personelle çalışıyorduk şu an sayıyı 21'e kadar çektik, bu da etkili bence”
Sizce hazır gıda kullanımı avantaj mıdır, dezavantaj mıdır?		<b>Avantaj</b>	K11: “İyi şöyle iyi zaman kaybı yaratmıyor, tabiki tazenin yerini tutmaz ama bazı durumlarda zamanı satın almanız gerekiyor. Yani elinizde yeterli zaman ve personel yoksa hazır gıda kullanımı kaçınılmaz oluyor.”
		<b>Dezavantaj</b>	K4: “Hazır gıda kullanımı elbette kötüdür, çünkü hiçbir ürün taze olarak kullanılmıyor uzun süre bekletiliyor bu durumda hem besin değerini düşürüyor hem de lezzet kaybına sebep oluyor.”

Araştırma bulgularında ikinci elde edilen tema hazır gıda ürünleridir. Bu kapsamda katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda 6 kod ortaya çıkartılmıştır. Tablo 4 incelendiğinde hazır gıda ürünleri olarak; soslar, unlu mamuller, çorbalar, kıvam kazandırıcılar, garnitürler ve çeşniler kodları ortaya çıktığı görülmektedir. Bu soruya verilen cevaplardan endüstriyel mutfaklarda birçok alanda daha doğrusu yemekte hazır gıda ürünlerinin kullanıldığı söylenebilir.

**Tablo 4: Hazır Gıda Ürünleri İle İlgili Bulgular**

Soru	Tema	Kod	Alıntı
Hangi hazır gıda ürünlerini kullanmaktasınız?	<b>Hazır Gıda Ürünleri</b>	<b>Soslar</b>	K11: “Birçok sosta kullanıyor biz, özellikle barbekü sos, acı sos, salsa, pesto, napoliten, demi glas, bernes sos gibi birçok sosta kullanıyoruz.”
		<b>Unlu Mamuller</b>	K9: “Biz de şu an en çok pastanede hazır gıda ürünleri var, poğaçalar, ekmekler, kurabiyeler, kruvasan, brioche, muffinler gibi”



		<b>Çorbalar</b>	K17: “Aslında birçok yemekte biz hazır gıda ürünlerini kullanıyoruz örneğin çorbalarda kahvaltıya çıkan ya da büfeye çıkan yemeklerde kullanıyoruz. Ezogelin çorbasından, domates çorbasına, hatta tarhana çorbası bile var.”
		<b>Kıvam Kazandırıcılar</b>	K13: “Nerdeyse artık hiçbir yer yemeklerde meyane yapmıyor, her şey dışarıdan geliyor tatlandırıcılar falan biz de toptancılardan alıyoruz, her şey de kullanıyoruz.”
		<b>Garnitürler</b>	K2: “Bulduğumuz bölge gereği birçok ürüne aynı zamanda ihtiyacımız oluyor. Her şeyi de her mevsimde bulma şansımız yok. O sebeple bazı sebzeler, patates püresi, tatlı büfesi için bazı meyveler dışardan konserve olarak alıp kullanıyoruz.”
		<b>Çeşniler</b>	K3: “Hemen hemen her yerde mutfakta yani kullanıldığı gibi bizde de hazır gıda ürünler var, yemeklere güzel tat, lezzet vermek istediğinizde güzel sonuç alıyorsunuz. Bu sebeple biz de kullanıyoruz. Mesela Türk gecesinde mangal yapıyoruz oradaki etlerde marine amaçlı kullanılır her zaman”

Araştırma bulgularında üçüncü tema geleneksel üretim olmuştur. Bu kapsamda katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda 2 kod ortaya çıkartılmıştır. Tablo 5 incelendiğinde araştırma kapsamında incelenen mutfaklarda geleneksel üretimle ilgili kısmen ve hayır kodları ortaya çıkmıştır. Katılımcılardan 5'i kısmen geleneksel üretim yaptıklarını ifade ederken, geri kalan 12 katılımcı ise geleneksel üretimden ziyade hazır gıda kullanmayı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Katılımcılardan hiç biri evet cevabı

vermemiştir. Buradan hareketle araştırma kapsamında yer alan örneklemin tamamında tam bir geleneksel üretim tercihinden söz edilememektedir.

**Tablo 5: Geleneksel Üretim İle İlgili Bulgular**

Soru	Tema	Kod	Alıntı
Siz mutfağınızda geleneksel üretim yapıyor musunuz?	<b>Geleneksel Üretim</b>	<b>Kısmen (K3, K4, K10, K11, K12)</b>	K10: “Bazı geleneksel sosları kendimiz hazırlamaya özen gösteriyoruz tabi ki mesela beşamel sos, domates sos, velüte ve hollandez sosu biz kendimiz yapıyoruz. Türev soslar için çok uğraşamıyoruz, her sosu her zaman kendimiz yapamıyoruz.”
		<b>Hayır (K1, K2, K5, K6, K7, K8, K9, K13, K14, K15, K16, K17)</b>	K1: “Yapmıyorum, çünkü en büyük neden üretim hızını arttırmak 12 saat boyunca en az dana kaval kemiği ve buket garni ile sebzelerin jöle kıvamına erişip bu sürede sosu hazır hale getirme zamanım olmadığı için hazır kullanıyorum.”

Araştırma bulgularından elde edilen dördüncü tema “Hazır Gıda Kullanma Sebepleri”dir. Bu kapsamda katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda 7 kod ortaya çıkartılmıştır. Tablo 6 incelendiğinde Marmaris’te yer alan mutfak yöneticilerinin tamamını hazır gıda kullanımına iten sebepler olarak; özellikle zaman tasarrufu sağlaması ve personel sayısından kar edilmesi ifadeleri başı çekmektedir. Araştırmaya katılan tüm katılımcılar bu kodlarda fikir birliğinde olduklarını ifade etmişlerdir. Bu kodların yanı sıra kalifiye personelin olmaması ya da istenilen özellikte personele ulaşılamaması, ekonomik sebepler, hazır gıdaların pratik olması, raf ömrünün uzun olması, ürün çeşitliliği sağlaması ve standart üretime imkan sağlaması hazır gıda kullanıma iten sebepler olarak kodlanmıştır.

**Tablo 6: Hazır Gıda Kullanma Sebepleri İle İlgili Bulgular**

Soru	Tema	Kod	Alıntı
Sizi hazır gıda kullanımına iten	<b>Hazır Gıda Kullanma</b>	<b>Kalifiye Personelin</b>	K3: “Birçok sebep var ama usta bulamadığımız için de

sebepler nelerdir?	<b>Sebepleri</b>	<b>Olmaması</b>	kullandığımız oluyor, sizin bulduğunuz usta ya çok maaş istiyor ya da ustanın bilgisi işe yetmiyor bu da ister istemez sizi hazır gıdaya itiyor.”
		<b>Zaman Darlığı</b>	K1: “Beni hazır gıda kullanımına iten en büyük sebep zamanın kısıtlı olması, her şey dahil sistemde zamanla yarışmaktan dolayı bunu tercih ediyorum. Planlanan saatte yemeklerin yetişmesi açısından bu önemli.”
		<b>Ekonomik Sebepler</b>	K8: “Biz şeflere yönetim tarafından belirli bir bütçe ayrılıyor, bu bütçeyi olabildiğince en uygun ve mantıklı bir şekilde kullanmak durumundayız. Bu sebeple en yüksek kalem olan personel maliyetini olabildiğince minimuma indirmeye çalışıyoruz.”
		<b>Pratik Olması</b>	K15: “En önemli sebep zaman tasarrufu sağlaması aslında ama bunun yanında çok da pratik olması normalde bazı yemekler için misal bir sos hazırlıyorsun saatler sonra hazır oluyor bunda öyle bir şey yok anında hazır.”
		<b>Raf Ömrünün Uzun Olması</b>	K16: “Zaman tasarrufu sağlaması, personelden kar ettirmesi çok önemli tabi, bir de ürünlerin uzun ömürlü olması çok önemli bir yemeği doğal yapıyorsunuz en fazla bir, iki gün gidiyor. Hazır gıdalarda böyle bir şey yok aylarca kilerde duruyor.”

		<b>Ürün Çeşitliliği</b>	K14: “Doğal üründen elde edilen türev sayısı az oluyor ya da size iş yükü çıkartıyor ama hazır gıdada öyle bir şey yok istediğiniz ürünü sipariş ederek kullanıyorsunuz. Sipariş vermek yeterli oluyor, hem bu da yemekleri, menüleri zenginleştiriyor.”
		<b>Standart Üretim</b>	K9: “Hazır gıda kullanmak yemekleri de aynı şekilde yapmak demek bir anlamda, personele sürekli eğitim vermektense hele ki sürekli personel değişimi olduğu da düşünülürse ya da sirkülasyonun hızlı olduğu zamanlarda hayat kurtarıcı oluyor hazır gıdalar. Yemek hep aynı çıkıyor.”

Tablo 7 incelendiğinde elde edilen beşinci tema “Hazır Gıda Tercihi” şeklinde oluşturulmuştur. Bu kapsamda katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda 3 kod ortaya çıkartılmıştır. “Kendi işletmenizi açmış olsaydınız hazır gıda kullanmayı tercih eder miydiniz?” sorusundan alınan cevaplar ile ilgili evet, hayır ve kısmen kodları ortaya çıkmıştır. Katılımcılardan 3’ü gelecekte açacağı işletmemde hazır gıda kullanmayı tercih edebilirim cevabını verirken, 10 katılımcı ise bu durumun aksine tercih etmem cevabını vermiştir. 4 katılımcı ise kısmen de olsa hazır gıda kullanmayı tercih ederim şeklinde görüş beyan etmiştir.

**Tablo 7: Hazır Gıda Tercihi İle İlgili Bulgular**

Soru	Tema	Kod	Alıntı
Kendi işletmenizi açmış olsaydınız hazır gıda kullanmayı tercih eder miydiniz?	<b>Hazır Gıda Tercihi</b>	<b>Evet (K1, K6, K15)</b>	K6: “Kalitesinden emin olduğum, ISO kurallarına uygunluğu konusunda beni ikna edebilecek ürüne sahipse kullanırım.”
		<b>Hayır (K2, K3, K4, K5, K7, K8, K9, K10, K16, K17)</b>	K9: “Hayır, kendi işletmemi açarsam kullanmam. Çünkü kalite ve lezzet düşürür. Gıda sektöründe önemli olan ürün

			sayısı değil yapılan ürünün kalitesi başarıya ulaştırır.”
		<b>Kismen (K11, K12, K13, K14)</b>	K13: “Kismen kullanırdım, kendi işletmem eğer lokanta olsaydı (küçük çaplı) kullanmazdım. Ancak işletmem büyük çaplı olsaydı kullanırdım. Çünkü işletme sahibi olarak düşündüğümde kaliteli ürün için büyük firmalardan alım yapıp ürün yapmak daha mantıklı gibi. Ben müşterilerime gereken lüks ve lezzeti yaşatmak zorunda olduğumdan hazır gıdayı kullanmak zorunda kalırdım.”

### SONUÇ ve ÖNERİLER

Araştırma kapsamında Marmaris destinasyonunda yer alan konaklama işletmeleri mutfak departmanları yöneticileri ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmış ve araştırma bulguları betimsel analiz ve içerik analizine tabi tutulmuştur. Araştırma bulgularında, Marmaris destinasyonunda yer alan konaklama işletmeleri mutfak departmanları yöneticilerinin özellikle hazır gıda tanımı ve kullanımını tespit etmek amacıyla oluşturulan sorulara verilen yanıtlar değerlendirildiğinde hızlı yemek, personel tasarrufu, avantaj ve dezavantaj kodlarının ön plana çıktığı görülmüştür. Katılımcılara çalışmış oldukları mutfaklarda hangi hazır gıda ürünlerini kullandıkları ile ilgili sorulan sorudan alınan cevaplar neticesinde soslar, unlu mamuller, çorbalar, kıvam kazandırıcılar, garnitürler ve çeşniler kodları tespit edilmiştir. Bu durum araştırma kapsamında yer alan örneklemin hemen hemen her alanda, menüde yer alan birçok yemekte hazır gıda kullanıma başvurduğunu göstermektedir.

Araştırma kapsamında katılımcı şeflerin geleneksel üretim ile ilgili sorulan soruya vermiş oldukları cevaplardan kısmen ve hayır kodları ortaya çıkmıştır. Özellikle 12 katılımcı şef ise geleneksel üretimden ziyade hazır gıda kullanmayı tercih ettiklerini geri kalan şefler ise kısmen cevabını vererek mutfaklarında bu ürünleri kullandıkları yönünde görüş beyan etmişlerdir. Bu durumda örneklemin tamamının hazır gıda ürünleri kullandığı görülmektedir. Araştırma örnekleminin kitle turizmi açısından önemli bir destinasyon olması, işletmelerin niceliksel olarak büyük kapasiteye sahip olmaları ve bütçe açısından daha olumlu sonuçlar alınması bu sonuç için sayılabilecek gerekçeler olarak sunulabilir.

Katılımcıların hazır gıda kullanma sebepleri ile ilgili olarak zaman tasarrufu sağlaması ve personel sayısından kar edilmesi kodları ile birlikte kalifiye personelin olmaması ya da istenilen özellikte personele ulaşılamaması, ekonomik sebepler, hazır

gıdaların pratik olması, raf ömrünün uzun olması, ürün çeşitliliği sunması ve standart üretime imkan sağlaması kodları ön plana çıkmıştır. Gıda sektörünün hazır gıda kullanımını niye tercih ettiği noktasında ifade edilen bu sebepler hacmin ne kadar büyük olduğunu destekler niteliktedir. Ayrıca başta ekonomik kaygılar olmak üzere hem işletme sahiplerinin hem de kullanımı kolaylığı ve zaman tasarrufu açısından şeflerin neden bu ürünleri tercih ettiği araştırma sonucu çıkan kodlardan anlaşılmaktadır.

Katılımcı şeflere gelecekte kendi işletmelerini açmaları durumunda hazır gıda tercih durumlarının nasıl olacağı sorulduğunda verdikleri cevaplar doğrultusunda 3 kod ortaya çıkartılmıştır. Katılımcılardan 3'ü gelecekte açacağım işletmemde hazır gıda kullanmayı tercih edebilirim cevabını verirken, 10 katılımcı ise bu durumun aksine tercih etmem cevabını vermiştir. 4 katılımcı ise kısmen de olsa hazır gıda kullanmayı tercih ederim şeklinde görüş bildirmiştir. Bu cevaplar doğrultusunda katılımcıların yarısından fazlası hazır gıda kullanmaktansa geleneksel olanı ya da doğal olanı kullanmayı tercih edeceği düşünülebilir. Hali hazırda çalışmış oldukları işletmelerde hazır gıda kullandıklarını ifade etmiş olsalar da aslında kullanmamanın daha iyi olduğu sonucu çıkarılabilir.

Araştırma kapsamında katılımcı şeflere, işletme sahiplerine ve hazır gıda üretimi yapan tedarikçilere bazı önerilerde bulunmaktadır. Bu öneriler; hazır gıda ürünleri kullanan şeflerin aslında gerekli personel sayısına ulaşması durumunda geleneksel üretim yapmayı tercih edeceği elde edilen sonuçlardan anlaşılmaktadır. Bu sebeple işletme yöneticilerinin ya da sahiplerinin mutfak şeflerine daha makul personel bütçeleri vermesi durumunda daha doğal ürünler yapılabilir. Öte yandan mutfak şefleri özellikle mutfakta temel sosları, menüde en çok satılan yemeklerde kullanılan bazı garnitürleri ya da en çok satılan çorbaları kendileri yapabilir. Mutfaklarda en çok kullanılan hazır gıda ürünlerinde raf ömrü kısaltma yapılarak ürün içeriğine yer alan katkı maddelerinin oranı düşürülebilir. Böylelikle doğal olmasa bile daha kabul edilir seviyede içeriğe sahip hazır gıda ürünleri elde edilebilir. Geleneksel yöntemle ya da doğal ürünleri kullanarak yapılan yemekler şüphesiz daha sağlıklı ve lezzetli olacaktır. Bu yönde üretim yapan işletme pazarlaması açısından rekabet avantajı sağlayabilir. Bu noktada en önemli unsur sertifikasyon programlarına sahip olmak olabilir. Doğal üretim yapan işletme kendini sertifikalı işletme yaparak gıda sağlığı açısından titiz olan müşterileri işletmelerine çekebilir.

Araştırmada elde edilen bulgular örneklem olarak seçilen şeflerin görüşleri ile sınırlıdır. Araştırma uygulamadaki zaman ve maliyet kısıtları nedeni ile bir destinasyonda gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulgularının genellenebilmesi için farklı bölgelerde de gerçekleştirilerek karşılaştırmalar yapılabilir. Ayrıca nicel araştırma yöntemi kullanılarak bölgeyi ziyaret eden turistlerden veri elde edilerek araştırma sonuçları kıyaslanabilir.

## KAYNAKLAR

AKPINAR, Metin Göksel (2004), Market Markalı Gıda Ürünleri Tüketici Pazarının Analizi: Antalya İli Uygulaması, Ç.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Adana.

AYYILDIZ, Hasan ve Keskin, Dilara (2010), Dondurulmuş Hazır Gıda Dağıtım Kanalında Dikey Yönlü Çatışma Davranışı: Doğu Karadeniz Bölgesi'nde Bir Alan Araştırması, **Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, 17 (2), 107-127.

BAŞTÜRK, Faruk, Yıldız, Sebahattin ve İnan, Pınar (2014), Hazır Gıda Ürünleri Satın Alma Davranışını Etkileyen Pazarlama Faktörlerinin İncelenmesi: Iğdır İlinde Bir Araştırma, **Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 4 (1), 223-236.

BALTACI, Ali (2018), Nitel Araştırmalarda Örneklem Yöntemleri ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme, **BEÜ SBE Dergisi**, 7 (1), 231-274.

BRUNNER, T., K. von der HORST ve M. SIEGRIST (2010), Convenience Food Products. Drivers for Consumption, **Appetite**, 55, 498-506.

BUCKLEY, M., C. Cowan ve M. McCarthy (2007), The Convenience Food Market in Great Britain. Convenience Food Lifestyle (CFL) Segments, **Appetite**, 49, 600-617.

COHEN, L. ve L. MANION (1994), **Research Methods in Education** (4 ed.), London: Routledge.

GÖÇMEN, Duygu, Gürbüz, Ozan ve Şahin, İsmet (2003), Hazır Tarhana Çorbaları Üzerinde Bir Araştırma, **Gıda Dergisi**, 28 (1), 13-18.

JO, C., LEE, N.Y., KANG, H., HONG, S.P., KIM, Y.H., KIM, H.J. ve BYUN, M.W. (2005), Radio-Sensitivity of Pathogens in Inoculated Prepared Foods of Animal Origin, **Food Microbiology**, 22, 329–336.

KENANOĞLU BEKTAŞ, Zerrin, Miran, Bülent, Karahan Uysal, Özlem, Günden, Cihat ve Cankurt, Murat (2010), Dondurulmuş Gıda Ürünlerine Yönelik Tüketici Tercihleri: İzmir İli Örneği, **Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi**, 47 (3), 211-221.

MILES, B. M. ve A. M. HUBERMAN (1994), **Qualitative Data Analysis: An Expanded Source Book**, California: Sage.

SCHOLLIERS, P. (2015), Convenience Foods. What, Why, and When, **Appetite**, 94 (1), 2-6.

SHEELY, M. (2008), Global Adoption of Convenience Foods, **American Journal of Agricultural Economics**, 5, 1356-1365.

STRAUSS, A. ve CORBİN, J. (1990), **Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures And Techniques**, California: Sage Yayınları.

TEMELLİ, Seran, Sen, Cem, Saltan Evrensel, Süreyya ve Yüksek Nur (2005), Soğuk Olarak Tüketime Sunulan Bazı Hazır Gıdaların Mikrobiyolojik Kalitelerinin İncelenmesi, **Uludağ Univ. J. Fac. Vet. Med.**, 24, 69-74.

TÜRNÜKLÜ, Abbas (2000), Eğitimbilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Yöntemi: Görüşme, Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, 24, 543-559.

VERRIET, J. (2013). Ready Meals And Cultural Values in The Netherlands, **1950–1970 Food & History**, 11 (1), 123-153.

YILDIRIM, Ali ve Şimşek, Hasan (2016), Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, 10. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

WOLCOTT, H. F. (1994), *Transforming Qualitative Data: Description, Analysis and Interpretation*, Newbury Park, CA: Sage.