

FARKLI MİLLETLERDEN TURİSTLERİN TÜRK MUTFAĞINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİNİN SAPTANMASI ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

A STUDY OF DETERMINING FOREIGN TOURSISTS OPINION ABOUT TURKISH CUISINE

Aslı ALBAYRAK¹

ÖZET

Bir ülkenin mutfak kültürü o ülkeyi ziyaret eden yabancı turistlerin tatil deneyimleri içerisinde önemli yer tutmaktadır. Bu nedenle farklı milletlerden ülkemize gelen turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşleri hakkında bilgi sahibi olmak turizm endüstrisine önemli katkı sağlayacaktır. Yabancı turistlerin Türk mutfağı hakkındaki görüşlerini ortaya koymak ve elde edilen sonuçlara ışığında yiyecek içecek işletmeleri ile konaklama işletmelerine öneride bulunmak amacıyla yapılan bu çalışma 436 yabancı turist ile İstanbul ilinde Eylül-Aralık ayları arasında gerçekleştirilmiştir. Verilerin toplanmasında anket formu kullanılmış ve elde edilen veriler SPSS 15.0 programı ile değerlendirilmiştir. Çalışma kapsamına alınan turistler genel olarak Türk yemeklerini kesinlikle lezzetli, güzel kokulu, iştah kabartıcı, doyurucu, güzel görünümlü, diğer mutfaklardan farklı, sağlıklı, güvenli, kaliteli ve çok çeşitli bulmalarına rağmen aynı zamanda kesinlikle fazla salçalı, baharatlı, yağlı ve kalorili buldukları saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Türk mutfağı, yiyecek içecek hizmetleri, yabancı turistler

¹ Yrd. Doç. Dr. İstanbul Arel Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Turizm ve Otelcilik Bölümü, aslialbayrak@arel.edu.tr

ABSTRACT

The culinary culture of a country's plays an important role in foreign tourists, who visited the country, holiday experiences. Therefore, to keep abreast of foreign tourists views about Turkish cuisine will make a significant contribution to the tourism industry. This study conducted in order to determine the opinions of foreign tourists about Turkish cuisine and providing advice to accommodation and food and beverage establishments according to result involves 436 foreigners volunteers. The study was carried out between the months of September to December in Istanbul. In gathering data, questionnaire form have been used and results have been analyzed through SPSS 15.0 statistic programme. In spite of included foreign tourists in the study find Turkish meals absolutely delicious, fragrant, savory, square, good-looking, different from other cuisine, healthy, safety, quality and wide range at the same time they find Turkish meals absolutely too much oily, fatty and spicy in general.

Key Words: Turkish cuisine, food and beverage services, foreign tourists

1. GİRİŞ

Yemek yemek insanların yaşamsal fonksiyonlarını gerçekleştirebilmeleri açısından hayati önem taşımakla birlikte hangi yemeğin hangi malzemeleri içereceği, hangi araç gereçle hazırlanıp nasıl pişirileceği toplumdan topluma farklılık göstermektedir. Bir toplumun örfleri, adetleri, gelenek ve görenekleri, kendine has yemekleri, yeme alışkanlıkları gibi pek çok faktör o toplumun kültürünü başka bir ifade ile söz konusu toplumun sahip olduğu maddi ve manevi değerler ile çeşitli alanlardaki varlığının, süreçlerinin ve etkinliklerinin oluşturduğu bir bütünü ifade etmektedir (Tunç ve Saç, 1998). Bu kavram içerisinde insanların yaşantıları, alışkanlıkları, gelenekleri, görenekleri, yemekleri gibi pek çok faktör girmektedir. Bu faktörler bir toplumu diğer toplumlardan farklı kılan özelliklerdir. Bir toplumu diğer toplumlardan ayıran unsurlar çok çeşitli olmakla birlikte bunlardan biri de toplumların kendilerine has mutfak kültürleridir. Mutfak kültürü bir toplumun beslenme biçimlerini, o toplumun beslenmesini sağlayan yiyecek ve içecekleri, bu yiyecek ve içeceklerin elde edilme şekillerini, saklanmasını, söz konusu yiyecek ve içeceklerin mutfak yönetimi içerisinde yemeye hazır hale getirilmesinde kullanılan araç, gereç ve teknikleri ifade etmektedir.

Her toplumun diğerlerinden farklı olan mutfak kültürleri başka toplumlardan gelen kişilerce her zaman merak uyandırıcı ve denenmeye değer bulunmaktadır. Özellikle farklı bölgelere seyahat eden turistler tarafından gittikleri bölgelerin kendilerine has yiyecek ve içecekleri turistlerin tatil deneyimlerinin önemli bir parçasını oluşturmakta (McKrecher vd., 2008) bazen de tatil yerine karar verme konusunda gidilecek bölgenin mutfağı belirleyici bir faktör olabilmektedir. Öyle ki günümüzde bazı turistler için tatil yerine karar verme konusunda temel motivasyon bölgenin mutfağı iken bazı turistler için de seyahate ilişkin ikincil motivasyon olarak bölgenin mutfağı gelmektedir (Hall ve Mitchell, 2005).

Turizm endüstrisinde gerek konaklama işletmeleri gerekse yiyecek içecek işletmelerinde turistlere sunulan yiyecek ve içecekler turistler açısından son derece önemlidir. Zira turistler güzel bir çevrede diledikleri tatili geçirirken aynı zamanda güvenilir, sağlıklı, uygun fiyatlı yiyecek ve içeceklere de ihtiyaç duymaktadır. Bu nedenle, farklı kültürlerden gelen turistlerin Türk mutfağında yer alan yiyecek ve içeceklere ilişkin düşüncelerini bilmek, onların konuya ilişkin beğeni ve eleştirileri hakkında bilgi sahibi olmak, onların beklenti, istek ve ihtiyaçları konusunda ip uçları vermesi ve dolayısıyla turistlere katma değeri daha yüksek hizmet sunulabilmesi açısından önemlidir. Diğer taraftan her bir toplumun sahip olduğu mutfak kültürü sahip olduğu farklılıklar dolayısıyla turizm açısından önemli bir pazarlama aracı olarak kullanılabilir. Bu nedenle turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin bilinmesi ülkemizin yapacağı tutundurma faaliyetlerinde Türk mutfağının nasıl bir tutundurma aracı olarak kullanılacağı konusunda da fikir verecektir.

Bu çalışma, farklı milletlerden turistlerin Türk yemeklerine ilişkin görüşlerini ortaya koymak ve elde edilen veriler ışığında hem yiyecek içecek hizmeti sunan konaklama işletmelerine hem turizm

endüstrisi içerisinde faaliyet gösteren diğer yiyecek içecek işletmelerine hem de konuya ilişkin faaliyet gösteren ilgili kurum ve kuruluşlara önerilerde bulunmak amacıyla planlanmıştır.

1.1. Türk Mutfak Kültürü

Bir toplumun sahip olduğu kültürel değerler, toplumların sadece yaşam biçimleri üzerinde değil aynı zamanda yeme-içme alışkanlıkları üzerinde de etkilidir. Bu nedenle farklı toplumlarda farklı yeme- içme alışkanlıkları, yemek çeşitleri, farklı lezzetler ve farklı yemek pişirme ve saklama yöntemlerini görmek mümkündür.

Bir toplumun beslenme kültürü coğrafya, iklim, tarım, hayvancılık, sanayileşme ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması gibi birçok faktörden etkilenerek gelişmekte ve değişmektedir. Genellikle toplumun temel besinleri yörede en çok üretilen besinlerdir ancak toplumlar sanayileştikçe ve kentleştikçe kendi ürettiklerini tüketmek yerine başkaları tarafından üretilen besinleri de satın alma yoluna da gitmişlerdir (Baysal, 1993a).

Konuya Türkler açısından baktığımızda, Türk gelenek-görenek, örf ve adetlerinde yiyecek-içecek unsurunun önemli bir unsur olduğu görülmektedir. Bu unsur aynı zamanda toplumun sosyal kaynaşması açısından da önemli yer tutmaktadır (Avcıkurt, vd., 2007). Türk mutfağı genel özellikleri açısından incelendiğinde genel olarak tarımsal ve hayvansal ürünlere dayanan, coğrafi bölgelere, özel gün ve törenlere ve tarihi gelişim sürecinde sosyal yapıya göre farklılık gösteren ve İslam dinin etkilerinin de görüldüğü bir mutfaktır (Güler, 2007).

Orta Asya'dan Anadolu'ya göçen Türkler, tarihsel geçmişleri nedeniyle zengin bir kültüre sahiptirler. Orta Asya göçebe insanı tarım ürünlerini, et (av hayvanları), mayalanmış süt ve süt (tereyağı, peynir, yoğurt, ayran) ürünlerini, Mezopotamya'nın tahıllarını, Akdeniz çevresinin sebze ve meyvelerini, Güney Asya'nın baharatı ile birlikte kullanarak zengin bir Türk yemek kültürü oluşturmuşlardır (Baysal, 1993b). Türk mutfağına deniz ürünlerinin girmesi Fatih Sultan Mehmet'in İstanbul'u feth etmesinden sonraki döneme denk gelmektedir. Deniz ürünlerinin tüketimi bu dönemde oldukça artmıştır (Ünver, 1952). Aynı zamanda Türklerin İslam dinini kabul etmiş olmalarının etkileri de mutfak kültürlerine yansımıştır. Örneğin, Kuran-ı Kerimde yasak olan domuz eti Türk mutfak kültüründe hiç yer almamış, eşek, at, katır gibi tek tırnaklı hayvanların eti ve sütü de yine dinin etkisiyle mutfağımıza hiç girmemiştir. Günümüzde de Türk Mutfak kültüründe bu tür hayvanlar hala yer almamaktadır. İslam dininin etkisiyle Arap mutfağının varlığı Türk Mutfak kültüründe daha çok hissedilmeye başlamıştır (Baysal vd.,1993:3). Özellikle Güneydoğu bölgesi yemeklerinde Arap mutfak kültürünün etkisi fazladır ve baharatın fazla kullanılması, örneğin acı biberin kullanımı bu etkinin örneklerindedir.

Gastrologlara göre Türk mutfağı diğer tüm mutfaklardan farklı özellikler göstermektedir ve ayırt ediciliğe sahip birçok unsuru barındırmaktadır. Türk mutfağına ait yukarıda bahsedilen belirleyici özellikler şüphesiz uzun bir süreçte oluşmuştur. Bu süreçte Türk mutfağını diğer mutfaklardan farklı kılan birçok faktörün etkisi söz konusudur:

Türklerin yeme içme alışkanlıklarına bakıldığında, tarımsal yapının ve göçebe kültürünün etkisinin oldukça fazla olduğunu görülmektedir. Türklerin temel gıda maddeleri arasında koyun eti ve süt ürünleri gelmektedir. Kurubaklagiller, Türk mutfağının simgesi olmuş ve özellikle kırsal kesimde çok fazla tercih edilmiştir. Sebzelerin de Türk mutfağında önemli bir yeri olduğu söylenebilir. Sebzelerin etle birlikte soğanlı, domatesli ya da salçalı pişirilmesi yaygın olup çoğunlukla yemeklere konan soğan, kıyma et, salça ve hatta sebzeler su konmadan önce yağda kavrulmaktadır. Soğan hemen hemen bütün yemeklerin baş malzemesidir. Yağda kavrulmuş yemeklere katıldığı gibi çiğ olarak da pek çok salatanın malzemeleri arasında yer almaktadır. Diğer taraftan çorbalar Türk mutfak kültüründe başlangıç olarak tüketilen önemli bir yemekken Türk mutfak kültüründe önemli yer tutan besinlerden biri de tahıllardır (Buğday, arpa, yulaf, çavdar vb.). En çok tüketilen tahıl türü olan buğday ile yine Türk mutfak kültüründe farklı şekillerde üretilen ekmeğin yapımı gerçekleştirildiği gibi aynı zamanda yine ana maddesi buğdaydan elde edilen un olan mantı, börek, erişte, makarna gibi yiyecekler de yapılmaktadır. Diğer taraftan Türk mutfağında en çok tanınan et yemeği kebablar olmakla birlikte et yemeklerinden yahni denen sulu çeşitler de sıklıkla tüketilmektedir. Kendi kendine yetişen ot, mantar ve köklerden özellikle kırsal yörelerde geniş ölçülerde yararlanılmaktadır. Yağ, Türk mutfağında oldukça fazla kullanılmaktadır. Sütten elde edilen yağlarla, iç yağ ya da kuyruk yağı daha çok doğu bölgelerinde kullanılırken zeytinyağı da çoğunlukla Batı Anadolu mutfağında kullanılmaktadır. Köftelerde, sebze yemeklerinde ve çorbalarda bulgurun yeri önemlidir. Yemeklerde genellikle çok çeşitli baharatlar kullanılmaktadır. En çok kullanılan baharat kırmızıbiberdir. Sebzelerden sivri biber, yeşil, kırmızı, taze ve kuru halde acılık kazandırmak amacıyla yemeklere katılmakta, maydanoz ve dereotu gibi besin değeri yüksek olan otlar da pek çok yemekte kullanılmaktadır. Salata, çorba ve yemeklerde yaş ve kuru nane tüketilmektedir. Diğer mutfaklardan farklı olarak yoğurt, Türk mutfak kültüründe son derece önemli bir yere sahiptir. Yoğurt, yemeklerin üzerine konularak ya da yemeğin yanında tüketilmektedir. Bununla birlikte yoğurda su ve tuz ilavesi ile yapılan ayran Türk mutfağına özgü önemli bir içecektir (Arlı, 1982; Baysal, 1993b; Nuhoğlu, 2005).

Türk mutfak kültüründe yer alan yiyeceklerin bazılarında başka kültürlerin etkilerini görmek mümkündür. Örneğin; pasta Fransız mutfağından, makarna İtalyan mutfağından (Baysal, 1993a), Tavukgöğsü ve Kazandibi Romalılardan (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2008), balık, zeytin, zeytinyağlı yemeklerin pek çoğu Bizanslılardan geçmiştir. Osmanlı döneminde Batı kültürünün etkisi ile birlikte, Fransız yemeklerini görebilmek mümkündür. Patates, domates, taze biber, kabak çeşitleri gibi bugünkü Türk Mutfak kültüründe yer alan ve çok sevilen sebzelerin Amerika kıtasının keşfedilmesi ile

yeni kıtadan eski dünyaya zaman içinde yayılması etkili olmuş, Türk Mutfak kültüründe de yer almaya başlamıştır (Samancı ve Croxford, 2006).

Geneli itibariyle bakıldığında Türk mutfağı Türk milletinin yaşadığı coğrafyalarda yetiştirilen tarımsal ve hayvansal besinlerden, diğer ülkelerden ve kabul etmiş olduğu dinin özelliklerinden etkilenen, gerek kullanılan malzemeler gerekse pişirme yöntemleri açısından diğer milletlerin mutfaklarına göre önemli farklılıkları olan bir mutfaktır. Turizm hareketleri açısından dünya genelinde önemli bir yeri olan ülkemize farklı milletlerden gelen turistlerin Türk yemeklerine ilişkin görüşlerinin bilinmesi yiyecek içecek işletmeciliğine ilişkin faaliyet gösteren işletmeler açısından önem taşımaktadır. Bu nedenle bu çalışmada ülkemize farklı milletlerden gelen turistlerin Türk yemeklerine ilişkin düşünceleri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

2. YÖNTEM

Çalışma İstanbul'da tatilini geçirmekte olan, 7 farklı milliyetten gelen, 18 yaşından büyük ve çalışmaya katılmayı kabul eden turistlerle Eylül-Aralık 2012 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Söz konusu tarihler arasında İstanbul'da bulunan 436 turistle görüşülerek daha önceden hazırlanmış olan anket formu uygulanmıştır. Anket formunun hazırlanmasında daha önce yapılmış olan çeşitli çalışmalardan yararlanılmıştır (Rızaoğlu ve Tanrısevdi, 2001, Şanlıer, 2005; Özdemir ve Kınay, 2004; Quan ve Wang, 2004). Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özellikleri, Türkiye'ye ilişkin seyahat davranışları ve Türk mutfağı ile ilgili genel sorulara yer verilirken ikinci bölümde katılımcılara Türk mutfağındaki yemekler ile ilgili görüşleri sorulmuştur (Ek 1). İlk bölümde yer alan sorular açık uçlu ve çoktan seçmeli sorulardan oluşurken ikinci bölümdeki sorular 5'li likert tipi sorulardan oluşmaktadır. Çalışma sonucunda elde edilen verileri SPSS 15.0 programında değerlendirilmiştir.

2. ANALİZ VE BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Bu bölümde farklı milletlerden ülkemize gelen turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerini saptamak amacıyla sorulan sorulara ilişkin analizlere ve elde edilen sonuçların değerlendirilmesine yer verilmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı (n=436)

DEĞİŞKENLER	Sayı	%	DEĞİŞKENLER	Sayı	%
Milliyet			Cinsiyet		
İran	124	28.5	Erkek	249	57.1
İngiliz	180	41.2	Kadın	187	42.9
Rus	74	17.0			
Diğer ²	58	13.3			
Yaş			Öğrenim Durumu		
18-25	63	14.4	Okur-yazar	45	10.3
26-33	48	11.0	İlköğretim	68	15.6
34-41	46	10.6	Ortaöğretim	156	35.8
42-49	131	30.1	Üniversite	124	28.4
50 ve üstü	148	33.9	Lisansüstü	43	9.9

Tablo 1’de katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımı yer almaktadır. Buna göre katılımcıların yarıya yakını (%41.2) İngiliz, %28.5’i İran, %17.0’si Rus ve %13.3’ü diğer milletlerdendir (Almanya, Hollanda, Fransa, Belçika). Katılımcıların yarıdan fazlası erkek (%57.1), yarıya yakını kadındır (%42.9). Katılımcıların %33.9’u 50 yaş ve üzerindeyken bunu 42-49 yaş arasında olanlar (%30.1), 18-25 yaş arasında olanlar (%14.4), 26-33 yaş arasında olanlar (%11.0) ve 34-41 yaş arasında olanlar (%10.6) takip etmektedir. Katılımcılar öğrenim durumları açısından incelendiğinde ise %35.8’i ortaöğretim, %28.4’ü üniversite, %15.6’sı ilköğretim, %10.3’ü okur yazar ve %9.9’u lisansüstü öğrenim durumuna sahiptir.

Tablo 2: Turistlerin Tatil Davranışlarına İlişkin Genel Bilgiler

DEĞİŞKENLER	Sayı	%	DEĞİŞKENLER	Sayı	%
Türkiye’ye Daha Önce Gelme Durumu			Türkiye’ye Geliş Nedeni (n=816)		
Evet	193	44.3	Türk Mutfağı	85	10.4
Hayır	243	55.7	Deniz	18	2.2
Türkiye’ye Geliş Sayısı (n=193)			Temiz ve güzel çevre	31	3.8
İkinci Kez	149	77.2	Türkiye’nin Tarihi Özellikleri	235	28.8
Üçüncü Kez	36	18.7	Konaklama İşletmelerinin Niteliği	40	4.9
Dördüncü kez ve daha fazla	8	4.1	İş	21	2.6
Türk Mutfağı İle ilgili Bilgi Sahibi Olma Durumu			Türkiye’ye Duyduğum Merak	180	22.1
Var	233	53.4	Ucuzluk	206	25.2
Yok	203	46.6			
Türk Mutfağı İle ilgili Bilgi Edinilen Kaynak (n=233)			Türk Yemeklerini Tavsiye Etme Durumu		
İnternet	243	53.2	Evet	421	96.6
Gazete/dergi	49	10.7	Karasızım	13	3.0
Tanıdıklar	117	25.6	Hayır	2	0.4
Acenta	48	10.5			

² * Çalışmaya katılan turistlerden Almanya, Hollanda, Fransa ve Belçikalı turistler sayıca küçük bir grubu temsil ettiklerinden bu milletlerden olan turistlerin verdikleri cevaplarla ilgili analizlerin yapılabilmesi için tek bir başlık altında toplanarak diğer denilmiştir.

Katılımcıların tatil davranışlarına ilişkin genel bilgiler Tablo 2’de verilmiştir. Katılımcıların yarısından fazlası (%55.7) daha önce Türkiye’ye hiç gelmemiş turistlerden oluşmakla birlikte turistlerin yine yarısından fazlası (%53.4) Türk mutfağı hakkında bilgi sahibidir. Daha önce Türkiye’ye gelmiş olan turistlerin önemli bir kısmı (%77.2) ikinci kez Türkiye’ye gelirken %18.7’si üç ve %4.1’i dört ve daha fazla kez Türkiye’ye gelmiştir. Türk Mutfağı hakkında bilgi sahibi olan turistler bu bilgileri en fazla internet (%53.2) aracılığıyla elde ederken bunu tanıdıklarından bilgi alanlar (%25.6), gazete, dergi gibi yazılı kaynaklardan bilgi alanlar (%10.7) ve acentalardan bilgi alanlar (%10.5) takip etmektedir. Çalışma kapsamına alınan katılımcıların tamamına yakını (%96.6) ülkelerine döndüklerinde Türk yemeklerini tavsiye edeceklerini belirtmişlerdir. Diğer taraftan turistlerin Türkiye’ye gelme nedenleri incelendiğinde turistler en fazla (%28.8) Türkiye’nin tarihi özellikleri nedeniyle Türkiye’ye geldiklerini belirtirlerken bunu ucuzluk (%25.2), Türkiye’ye duyulan merak (%22.1) ve Türk mutfağı (%10.4) takip etmektedir.

Tablo 3: Turistler Tarafından En Fazla Beğenilen Beş Yemeğin Dağılımı

Beğenilen Yemekler	Sayı	%	Beğenilen Yemekler	Sayı	%
Çorbalar	105	4.8	Dolmalar ve Sarmalar	173	7.9
Et Yemekleri	131	6.0	Makarnalar	38	1.7
Kebaplar	216	9.9	Kurubaklagiller	69	3.2
Pilavlar	95	4.4	Sebze yemekleri	43	2.0
Mantı	87	4.0	Hoşaf/komposta	77	3.5
Lahmacun/Pideler	216	9.9	Turşular	81	3.7
Börekler	203	9.3	Sütlü Tatlılar	110	5.1
Etli sebze yemekleri	103	4.8	Hamurlu Tatlılar	210	9.6
Zeytinyağlı yemekler	188	8.6	Salatalar	35	1.6

Tablo 3’te çalışma kapsamına alınan turistler tarafından en fazla beğenilen 5 yemeğin dağılımı yer almaktadır. Buna göre turistlerin en fazla beğendiği Türk yemeği kebablar ve lahmacun ve pidelerken (eşit oranlarla %9.9) bunu hamurlu tatlılar (%9.6), börekler (%9.3), zeytin yağlı yemekler (%8.6) ve dolmalarla sarmalar (%7.9) takip etmektedir.

Tablo 4: Katılımcıların Milliyetlerine Göre Türk Yemekleri Hakkındaki Görüşlerine İlişkin Dağılımı

İFADELER	İran (n=124)			İngiliz (n=180)			Rus (n= 74)			Diğer (n=58)			Toplam (n=436)			
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
Lezzetli	68.9	26.	4.8	66.	31.	2.8	68.	20.	10.	67.	20.	12.	67.	26.	6.0	
		6		1	1		9	3	8	2	7	1	4	6		
							$\chi^2= 4.756$									
							$p>0.05$									
Fazla Baharatlı	27.4	27.	45.	60.	23.	15.	74.	16.	9.5	75.	17.	6.9	55.	22.	21.8	
		4	2	6	9	5	3	2		9	2		5	7		
							$\chi^2= 23.032$									
							$p<0.05$									
Fazla Yağlı	23.4	35.	50.	60.	23.	15.	78.	18.	2.7	72.	22.	5.2	54.	23.	22.0	
		7	9	6	9	5	4	9		4	4		6	4		

turistlerin %37.4'ü kesinlikle pahalı olduğunu düşünürken %33.2's kesinlikle pahalı olmadığını düşünmektedir.

İranlı turistlerin yarından fazlası Türk yemeklerini kesinlikle güzel kokulu, iştah kabartıcı, doyurucu, güzel görünümlü, çok çeşitli ve sağlıklı (eşit oranlarla %79.0), sağlıklı, kaliteli, güvenli (eşit oranlarla %76.6), lezzetli (%68.9) ve yarıya yakını diğer mutfaklardan farklı (%44.4) bulurken yarından fazlası (%65.3) kesinlikle pahalı bulmaktadır. İranlı turistlerin yine yarından fazlası Türk yemeklerinin kesinlikle fazla salçalı ve yağlı (eşit oranlarla %50.9), yarıya yakını kesinlikle fazla baharatlı olmadığını (%45.2) ve kalorisinin yüksek olmadığını (%43.6) düşündüklerini belirtmişlerdir (Tablo 4).

İngiliz turistlerin Türk yemekleri hakkında görüşleri incelendiğinde, İngiliz turistler Türk yemeklerini kesinlikle güzel kokulu, iştah kabartıcı, doyurucu, güzel görünümlü ve çok çeşitli (%70.0), lezzetli (%66.1), diğer mutfaklardan farklı (%64.4) bulurken yine yarından fazlası kesinlikle fazla baharatlı, yağlı, salçalı (eşit oranlarla %60.6) ve yarıya yakını fazla kalorili (%46.1) olduğunu düşündüklerini belirtmişlerdir. İngiliz turistlerden Türk yemeklerinin kaliteli, güvenli ve sağlıklı olduğu görüşüne katılanlarla konu hakkında kararsız katılanların oranları birbirine çok yakinken İngiliz turistlerin yarından fazlası (%56.1) Türk yemeklerinin kesinlikle pahalı olmadığını düşündüklerini belirtmişlerdir (Tablo 4).

Rus turistlerin Türk yemekleri hakkında görüşleri incelendiğinde Rus turistlerin yarından fazlası Türk yemeklerinin kesinlikle lezzetli (%68.9), güzel kokulu, iştah kabartıcı, doyurucu, güzel görünümlü, çok çeşitli (eşit oranlarla %66.2), diğer mutfaklara göre farklı (%64.9) olduğunu düşünürken yine yarından fazlası kesinlikle fazla salçalı ve yağlı (%78.4), fazla baharatlı (%74.3) ve kalorisini yüksek (%60.8) bulmaktadır. Bununla birlikte Rus turistler Türk yemeklerinin kalitesi ve sağlıklı oluşu (eşit oranlarla %55.5), güvenli oluşu (51.4) ve pahalı olması (%44.6) konusunda kararsız olduklarını belirtmişlerdir (Tablo 4).

Diğer milletlerden gelen turistlerin Türk yemeklerine ilişkin görüşleri incelendiğinde turistler Türk yemeklerini kesinlikle güzel kokulu, iştah kabartıcı, doyurucu, güzel görünümlü, çok çeşitli (eşit oranlarla %74.1), diğer mutfaklara göre farklı (%70.7), lezzetli (%67.2), sağlıklı (%44.8) bulurken yarından fazlası Türk yemeklerini kesinlikle fazla baharatlı (75.9), fazla yağlı ve salçalı (%72.4) ve kalorisini yüksek (%56.9), yarıya yakını kaliteli ve güvenli (%44.8) ve pahalı (%43.1) olarak değerlendirmiştir. Diğer taraftan Türk yemeklerinin kaliteli ve güvenli oluşuna kesinlikle katılanlarla kararsız olanlar birbirlerine çok yakın değerler almışlardır (Tablo 4).

Farklı milletlerden olan turistlerin Türk yemeklerine ilişkin değerlendirmeleri arasında fark olup olmadığı incelendiğinde turistlerin Türk yemeklerini fazla baharatlı, yağlı, salçalı, pahalı, kalorisini yüksek, sağlıklı, diğer mutfaklara göre farklı kaliteli ve güvenli bulmaları arasında anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır ($p < .05$). Buna göre Rus, İngiliz ve diğer milletlerden olan turistler Türk yemeklerini kesinlikle fazla baharatlı, yağlı, salçalı ve kalorisini yüksek bulurken İranlı turistler Türk

yemeklerinin fazla baharatlı, yağlı, salçalı ve kalorisi yüksek bulmamaktadır. İranlı turistler ile diğer milletlerden olan turistler Türk yemeklerinin kesinlikle pahalı olduğunu düşündüklerini belirtirlerken İngiliz turistler Türk yemeklerini kesinlikle ucuz bulduklarını, Rus turistler ise Türk yemeklerinin fiyatı konusunda kararsız olduklarını belirtmişlerdir. İranlı turistler Türk yemeklerinin sağlıklı, kaliteli ve güvenli olduğunu düşündüklerini belirtirlerken diğer milletlerden gelen turistler sağlıksız, kalitesiz ve güvensiz; İngiliz ve Rus turistler ise Türk yemeklerinin sağlıklı, kaliteli ve güvenli olma durumu hakkında kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Diğer taraftan turistlerin milliyetleri açısından Türk yemeklerine ilişkin değerlendirmeleri arasında Türk yemeklerinin lezzetli, güzel kokulu, iştah kabartıcı, doyurucu, güzel görünümlü, diğer mutfaklardan farklı ve çok çeşitli olma özellikleri açısından fark olmadığı görülmüştür ($p>.05$). Diğer bir ifade ile farklı milletlerden gelen turistler için Türk yemekleri lezzetli, güzel kokulu, iştah kabartıcı, doyurucu, güzel görünümlü, diğer mutfaklardan farklı ve çok çeşitlidir. (Tablo 4).

3. SONUÇ VE ÖNERİLER

Farklı milletlerden turistlerin Türk yemeklerine ilişkin görüşlerini ortaya koymak ve elde edilen veriler ışığında hem yiyecek içecek hizmeti sunan konaklama işletmelerine hem de turizm endüstrisi içerisinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri ile ilgili kurum ve kuruluşlara önerilerde bulunmak amacıyla yapılan bu çalışmada elde edilen sonuçlar şöyledir:

Çalışma kapsamına alınan turistlerin yarıya yakını İngiliz turistlerden oluşmakla birlikte bunu İranlı, Rus ve diğer milletlerden (Almanya, Hollanda, Fransa, Belçika) olan turistler takip etmektedir. Turistlerin yarıdan fazlası 42 yaşın üzerinde erkek turistlerden oluşmaktadır ve ortaöğrenim mezunu olanların oranı en fazladır (Tablo1). Katılımcıların genelinin 42 yaşın üzerindeki turistlerden oluşmasının nedeni çalışmanın yapıldığı Eylül-Aralık aylarından kaynaklanıyor olabilir. Ülkemiz açısından bu aylar yaz aylarına kıyasla daha serin ucuz olduğundan daha çok belirli yaş üzerindeki turistler tarafından tercih edilmektedir.

Çalışma kapsamına alınan turistlerin yarıya yakını daha önce Türkiye'ye gelmiş olduklarını, yine yarıdan fazlasının Türk mutfağına ilişkin bilgileri olmakla birlikte bu bilgilere en fazla internet aracılığı ile ulaştıklarını belirtmişlerdir. Diğer taraftan çalışma kapsamına alınan turistlerin tamamına yakını Türk yemeklerini tavsiye edeceklerini belirtmişlerdir (Tablo 2). Turistlerin Türk yemeklerine ilişkin bilgi aldıkları öncelikli kaynağın internet olması önemlidir. Zira, 2005 yılında Şanlıer tarafından yapılan benzer bir çalışmada yabancı turistler için en önemli bilgi kaynağının aile ve arkadaşlar olduğu belirtilirken günümüzde teknolojjide yaşanan gelişmelere bağlı olarak referans grubu olan aile ve arkadaşların yerini öncelikli bilgi kaynağı olarak internet almıştır. Bu nedenle Kültür ve Turizm Bakanlığı başta olmak üzere tüm ilgili kurum ve kuruluşlara yabancı turistlere yönelik olarak

sitelerinde Türk mutfak kültürünü tanıtan sayfalara yer vermeleri ve/veya Türk mutfak kültürünü tanıtan bilgilerin yanı sıra resim ve videoların yer aldığı farklı dillerde internet siteleri hazırlamaları önerilebilir. Bununla birlikte özellikle yabancı ülkelerde faaliyet gösteren seyahat acentaları konuya ilişkin bilgi ve görselleri internet sitelerinde paylaşabilirler.

Katılımcılar en çok tarihi özellikleri nedeniyle Türkiye'yi tercih ettiklerini belirtirken Türkiye'ye gelme nedenleri içerisinde Türk mutfağı dördüncü sırada yer almaktadır (Tablo 2). Oysaki Türk mutfağı gerek ürünlerin çeşitliliği gerekse pişirme yöntemleri ile pek çok ülke mutfağından çok daha farklı özelliklere sahip olan bir mutfaktır. Bu nedenle özellikler turistlere yönelik yiyecek içecek üretimi ve sunumu yapılan yerler ile misafirlere sunulan yiyecek ve içeceklerin tanıtımına ilişkin broşürler ve tanıtım filmleri hazırlanması önerilebilir. Söz konusu broşür ve tanıtım filmleri sadece Türk mutfak kültürünü tanıtmakla kalmayacak aynı zamanda turizm açısından da rekabet üstünlüğü sağlayacak bir tutundurma aracı görevi de görecektir. Böylece mutfak kültürümüzle ülke tanıtımımız sağlanmış olacak ve mutfak kültürümüz turistleri seyahate yönelten daha önemli bir güdü haline gelecektir.

Çalışma kapsamına alınan turistlerin en fazla beğendiği Türk yemeği kebablar, lahmacun ve pidelerken bunu hamurlu tatlılar, börekler, zeytinyağlı yemekler ve dolmalarla sarmalar takip etmektedir (Tablo 3). Söz konusu yemekler Türk mutfağını diğer mutfaklardan ayıran ve mutfağımıza ilişkin en önemli yemekler olmakla birlikte Türk mutfağında önemli yer tutan etli ve etsiz sebze yemekler, yöresel çorbalar, farklı pilav türleri gibi yemeklerin de ön plana çıkarılacağı menü planlarının ve tanıtımların yapılması, özellikle yiyecek içecek sunumu yapan işletmeler tarafından hazırlanacak menü kartlarında bu yemeklere ilişkin tanıtıcı yazıların yabancı dillerde yer alması turistler tarafından Türk mutfağının daha iyi tanınmasına olanak sağlayacaktır.

Çalışma kapsamına alınan turistler genel olarak değerlendirildiklerinde Türk yemeklerini kesinlikle lezzetli, güzel kokulu, iştah kabartıcı, doyurucu, güzel görümlü, diğer mutfaklardan farklı, sağlıklı, güvenli, kaliteli ve çok çeşitli bulmuşlardır. Diğer taraftan yemeklerin kesinlikle fazla salçalı, baharatlı, yağlı ve kalorili olduğunu da düşünmektedirler. Yemeklerin kesinlikle fazla salçalı, baharatlı, yağlı ve kalorili olmadığını sadece İranlı turistler düşünmektedirler (Tablo 5). Bunun nedeni Türkiye'nin İran'a coğrafi yakınlığı ve Türklerin gelmiş oldukları Orta Asya'ya yakın olması nedeniyle Türklerin ve İranlıların aynı kültürün özelliklerinden etkilenmiş olmalarından kaynaklanıyor olabilir. Nitekim İran mutfak kültüründe de pilav, et, ezme, turşu, ayran gibi yiyecek ve içecekler sıklıkla yer almakta olup yemeklerin hazırlanması sırasında içerisine konulan bazı çeşniler farklılık yaratabilmektedir. Diğer taraftan İran mutfağında çok çeşitli baharatlar özellikle çorbalar ve yemeklerde kullanılmakla birlikte İran mutfağında çok çeşitli ekmek ve yemeklerde bol yağın kullanıldığını görmek de mümkündür.

Yemeklerin fiyatları farklı milletlerden gelen turistler tarafından farklı olarak algılanmaktadır. İngiliz turistler İranlı ve diğer milletlerden olan turistlerin aksine Türk yemeklerini kesinlikle ucuz bulduklarını belirtmişlerdir (Tablo 5). Bu durum, turistlerin Türk yemeklerini kendi para birimlerine ve dolayısıyla kendi ülkelerinin satın alma gücüne göre değerlendiriyor olmalarından kaynaklanıyor olabilir. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından özellikle turistik işletmelerde sunulan yiyecek ve içeceklerin fiyatlarına ilişkin bir standardizasyonun sağlanabilmesi için taban ve tavan fiyatlar belirlenebilir. Bu durum yemek fiyatlarına ilişkin farklı görüşlerin ortadan kalkmasına ve ya azalmasına olanak sağlayacaktır.

Rus ve İngiliz turistler Türk yemeklerini kesinlikle sağlıksız, kalitesiz, güvensiz ve kalorisi yüksek bulmaktadırlar. Akademik yazında Rus ve İngiliz mutfaklarında yer alan yemeklerin içeriklerine ilişkin çalışmalara rastlanmamış olmakla birlikte Rus ve İngiliz turistlerin Türk yemeklerini kesinlikle sağlıksız, kalitesiz, güvensiz ve kalorisi yüksek bulmalarının nedeni; Türk yemeklerinin pişirme yöntemlerinin Rus ve İngiliz mutfaklarına göre farklı ve aynı zamanda Türk mutfağında kendi mutfaklarına oranla yağ, şeker, baharat, un ve türevleri gibi yemeklerin kalorisini arttıran ürünlerin daha fazla kullanılıyor olmasından kaynaklanıyor olabileceğini düşündürmektedir. Turistlerin Türk yemeklerine ilişkin kalite ve güvene ilişkin sorunları ortadan kaldırmak için yiyecek içecek işletmelerine işletmelerinde kullandıkları ürünlerin ve iş süreçlerinin kalitesini gösteren belgeleri edinmeleri ve bu belgeleri işletmelerinin görünür yerlerine asmaları ve/veya menü kartlarına işletmelerinde yer alan yiyeceklerin ve üretim koşullarının hangi kalite belgesi ile güvence altına alındığını belirtmeleri önerilebilir.

Farklı milletlerden turistler Türk yemeklerini fazla baharatlı, yağlı ve salçalı bulduklarını belirtmişlerdir. Nitekim daha önce Budak ve Çiçek (2002), Şanlıer, (2005) tarafından yapılan çalışmalarda da benzer sonuçlar elde edilmiştir. Yemeklerin salçalı, baharatlı ve yağlı olması her ne kadar Türk mutfağına özgü bir özellik olsa da misafir memnuniyeti sağlama açısından işletmelerin misafirlere sipariş alma sürecinde konuya ilişkin bir kısıtları olup olmadığını sormaları önerilebilir.

Türk mutfak kültürü turizm açısından ülkemize rekabet üstünlüğü sağlayabilecek önemli bir konudur. Gastronomi odaklı yapılan seyahatlere duyulan ilginin günümüzde artmış olması temel olarak Türk mutfak kültürünü tanıtmak ve destinasyon pazarlaması açısından bir tutundurma aracı olarak kullanabilmek amacıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı ile üniversitelerin ilgili bölümlerince konuyla ilişkili olarak yayınlar yapılması, fuar, festival, kongre ve konferanslara katılınması önerilebilir. Çalışmanın yapılması sırasında karşılaşılan en önemli güçlüklerden bir tanesi akademik yazında konuya ilişkin olarak yapılmış olan akademik çalışmaların yetersizliğidir. Bu nedenle özellikle Turizm, Gastronomi, Mutfak Sanatları ve Beslenme alanlarında çalışanlar tarafından akademik çalışmaların yapılması hem akademik yazına hem de elde edilen sonuçlar itibarıyla turistlerin beklentilerini daha iyi karşılayacak ürünler üretmemize olanak sağlayacaktır. Diğer taraftan, gerek otel işletmeleri

bünyesinde bulunan yiyecek içecek işletmelerinde gerekse endüstri içerisinde bağımsız olarak çalışan diğer yiyecek içecek işletmelerine menülerinde Türk mutfak kültürünü yansıtan daha fazla yiyecek ve içeceğe yer vermeleri önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Arlı, M. (1982). Türk Mutfağına Genel Bir Bakış. Türk Mutfağı Sempozyumu Bildiriler Kitabı. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi. ss: 19-33.
- Avcıkurt C.& Sariođlan M.& Girgin G. K. (2007) Yiyecek-İçecek Olgusuna Sosyolojik Bir Bakış 1. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler, 2007 Antalya
- Baysal, A.(1993a). Beslenme Kültürümüz. Kültür Bakanlığı Yayınları:1230. Ankara.
- Baysal, A. (1993b). Türk Yemek Kültüründe Değişmeler, Beslenme ve Sağlık Yönünden Değişmeler. Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar. Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları Yayın No:3, ss.12-20.
- Budak N. & Çiçek B. (2002). Yabancı Turistlerin Ülkemizde Yemek Kültürüne İlgileri ve Yemeklerle Servis Ortamına Bakışları. Turizmde Sağlık ve Beslenme Sorunları ve Çözümleri Sempozyumu Bildiri Kitabı. Alanya. ss. 133-139
- Tunç Azize & Saç Fruzan. Genel Turizm. Ankara: Detay Yayınevi. ss. 31.
- Güler, S. (2007) Türk Mutfağının Değişim Nedenleri Üzerine Genel Bir Deđerlendirme, 1. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler, 2007 Antalya
- Hall, C. M., & Mitchell, R. (2005). Gastronomic Tourism: Comparing Food And Wine Tourism Experiences. In M. Novelli (Ed.), Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends And Cases. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann. pp. 73-88.
- Rızaoğlu, Bahattin & Tanrısevdi, A. (2001). Kuşadası'nı Ziyaret Eden Turistlerin İdeal Yemek Tercihleri ve Türk Yemeklerinin Bu Tercihlerdeki Yeri. 1. Turizm İşletmeciliği Kongresi. Ankara: Bařkent Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakóltesi.
- McKrecher, B.& Okumuř, F.&Okumuř, B. (2008). Food Tourism as a Viable Market Segment: It's All How You Cook The Numbers. Journal of Travel&Tourism Marketing. 2(2): 137-148.
- Nuhoğlu, F. (2005). Türk mutfağından Yedi Renk. İstanbul: Pozitif Yayıncılık.
- Özdemir, B.&Kınay, F. (2004). Yabancı Ziyaretçilerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşleri: Antalya'yı Ziyaret Eden Alman ve Rus Turistler Üzerine Bir Araştırma. Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakóltesi Dergisi, 2:5-28
- Samancı, Ö.&Croxford, S. (2006). XIX. Yüzyıl İstanbul Mutfağı, İstanbul: Medyatik Yayınları
- Şanlıer, N. (2005). Yerli ve Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşleri. Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Dergisi. 25(1): 213-227.
- Ünver, S. (1952). Fatih Devri Yemekleri. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Tıp Tarihi Enstitüsü. Kültür ve Turizm Bakanlığı Resmi İnternet Sitesi, İnternet Adresi: http://www.kulturturizm.gov.tr/portal/kultur_tr.asp?belgeno=40910 (Alındığı tarih:12.10.1012).
- Quan, S.&Wang, N. (2004). Towards a Structural Model of the Tourist Experience: An Illustration from Food Experience in Tourism. Tourism Management. 25(3):297-305.