



Cumhuriyet Döneminde Türk Mutfağı ve Yiyecek İçecek İşletmelerinin Tarihsel Gelişimi

The Historical Development of Turkish Cuisine and Food and Beverage Enterprises in the Republican Era

Büşra DİKEN ÇOLAK¹, Esra BOZTEPE² ve Serkan ŞENGÜL³

¹Doktora Öğrencisi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, Sakarya, Türkiye, busra.dikenm@gmail.com Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8888-9577>

²Doktora Öğrencisi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, Sakarya, Türkiye, boztepeesra@gmail.com, orcid.org/0000-0003-3934-3847.

³Prof. Dr., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Sakarya, Türkiye, serkansengul@subu.edu.tr, orcid.org/0000-0003-4615-1982.

Araştırma Makalesi/Research Article

Makale Bilgisi

Geliş/Received:

18.03.2025

Kabul/Accepted:

06.04.2026

DOI:

10.18069/firatsbed.1660057

Anahtar Kelimeler

Kültürel Miras, Cumhuriyet Dönemi Türk Mutfağı, Asırlık Restoranlar, Yiyecek-İçecek İşletmeleri, İstanbul

Keywords

Centennial Restaurants, Cultural Heritage, Republican Era Turkish Cuisine, Food and Beverage Enterprises, İstanbul

ÖZ

Türk mutfağı, Orta Asya'dan günümüze uzanan tarihsel süreç boyunca çeşitlenerek gelişmiş; Cumhuriyet döneminde ise modernleşme, kentleşme ve toplumsal dönüşümlerle birlikte bu gelişim yeni bir boyut kazanmıştır. Yiyecek içecek işletmeleri de bu uzun dönüşüm sürecinde önemli bir rol üstlenmiştir. Cumhuriyet döneminin başlangıcından bugüne faaliyet gösteren restoranlar, Türk mutfağının tarihsel sürekliliğini ve geçirdiği değişimleri somut biçimde yansıtmaktadır. Bu araştırma, 1923–1973 yılları arasında kurulmuş ve günümüzde hâlâ faaliyet gösteren restoranların, Türk mutfağında değişim ve süreklilik bağlamındaki konumunu incelemeyi amaçlamaktadır. Nitel araştırma yaklaşımıyla yürütülen çalışmada 13 işletme sahibi ve yöneticisiyle yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmış; elde edilen veriler içerik analiziyle değerlendirilmiştir. Bulgular, tarihî restoranların menülerinde geleneksel tarifleri büyük ölçüde koruduğunu, mevsimsel uyarlamalar dışında önemli bir değişiklik yapılmadığını göstermektedir. Mekânsal dönüşümlerin ise çoğunlukla aslına sadık restorasyonlarla gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Ürün kalitesinin korunması, personel sürekliliği ve işletme sahiplerinin aktif yönetim anlayışı işletmelerin uzun ömürlülüğünü destekleyen temel unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Sonuç olarak tarihî restoranlar, Cumhuriyet döneminden bugüne kültürel mirasın aktarımında önemli bir köprü işlevi görmektedir.

ABSTRACT

Turkish cuisine has evolved and diversified from Central Asia to the present day, and this development gained a new dimension during the Republican era through modernization, urbanization, and social transformation. Food and beverage establishments have played an important role throughout this evolution. Restaurants operating since the early years of the Republic provide valuable insights into both continuity and transformation within Turkish culinary culture. This study aims to examine the role of restaurants established between 1923 and 1973, and still operating today, in reflecting continuity and change within Turkish cuisine. Adopting a qualitative approach, semi-structured interviews were conducted with 13 restaurant owners and managers, and the data were analyzed through content analysis. The findings reveal that historical restaurants largely preserve traditional recipes, making only minor seasonal adjustments, and that spatial changes are mostly implemented through restorations faithful to the original design. Maintaining product quality, ensuring staff continuity, and owners' active involvement in daily operations emerge as key factors supporting longevity. Overall, the study demonstrates that historical restaurants function as significant cultural transmitters, contributing to the preservation and continued relevance of Turkish culinary heritage from the Republican era to the present.

Atıf/Citation: Diken Çolak, B.& Boztepe, E.& Şengül, S.(2026). Cumhuriyet Döneminde Türk Mutfağı ve Yiyecek İçecek İşletmelerinin Tarihsel Gelişimi. *Firat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 36, 2, 831-850.

Sorumlu yazar/Corresponding author: Esra BOZTEPE, boztepeesra@gmail.com

1. Giriş

Cumhuriyet'in ilanından sonra hızla artan şehirleşme, büyük şehirlerde yeni bir yaşam tarzının ortaya çıkmasına neden olmuştur (Genç, Akyürek, & Kızılcık, Cumhuriyetin 100. Yılında restoran işletmeleri: Gelişimsel süreç ve önemli olaylar, 2023, s. 566) (Şahin, 2021, s. 40). Bu yeni kentli yaşam, sosyal etkileşimlerin ve kamusal alanların yeniden tanımlanmasını da beraberinde getirmiştir (Yargun, 2025, s. 49). Restoranlar, sadece yemek yeme alanları değil, aynı zamanda iş görüşmelerinin yapıldığı, sosyal buluşmaların gerçekleştiği, modern hayatın önemli bir parçası haline gelen mekânlar olmuştur (Yargun, 2025, s. 99) (Aydın, 2023, s. 1591). Cumhuriyet döneminde Batı'yı örnek alan modern restoranlar hızla yaygınlaşmaya başlamıştır. Kahvehaneler ve lokantalar gibi geleneksel sosyal alanların yanında, Batı tarzı restoranlar, özellikle büyük şehirlerde yeni bir sosyalleşme mekânı olarak popüler hale gelmiştir. Bu restoranlar, modern hizmet anlayışları, şık dekorasyonları ve uluslararası mutfaklardan etkilenmiş menüleriyle dönemin modernleşme sürecinin bir göstergesi olmuştur. Ayrıca, bu restoranlar, toplumsal statünün bir göstergesi olarak da kabul edilmiş ve modern Türkiye'nin kentli elitlerinin buluşma noktaları haline gelmiştir. Bu çalışma, 1923–1973 yılları arasında kurulan ve günümüzde hâlâ faaliyet gösteren restoranların geleneksel Türk mutfak kültürünün korunmasına ve kuşaklar arası aktarımına nasıl katkı sunduğunu incelemektedir. Türkiye'nin toplumsal ve ekonomik dönüşüm süreçlerinde bu işletmelerin yalnızca ticari kuruluşlar değil, aynı zamanda geleneksel tariflerin, üretim pratiklerinin ve aile işletmeciliği mirasının sürdürüldüğü mekânlar olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda araştırma, söz konusu restoranların zaman içinde nasıl bir değişim gösterdiğini, hangi unsurlar sayesinde uzun ömürlü olduklarını ve mutfak kültürünün sürekliliğine nasıl katkıda bulduklarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Mevcut literatürde, Türkiye'deki asırlık restoranlar üzerine yapılan çalışmalar genellikle bu işletmelerin tarihçesi, menü yapısı veya turizm ile olan ilişkisi çerçevesinde sınırlı kalmaktadır (Erkara, 2010; Aldemir & Sormaz, 2021). Ancak bu işletmelerin kurumsal devamlılık stratejileri, toplumsal modernleşme süreciyle ilişkileri ve mutfak kültürünün dönüşümündeki rolleri üzerine kapsamlı analizler sınırlıdır. Bu çalışma, Cumhuriyet dönemi restoranlarının tarihsel gelişimini inceleyerek geleneksel mutfak kültürünün sürdürülebilirliği ve kültürel miras yönetimi bağlamında özgün bir katkı sunmayı hedeflemektedir.

2. Türk Mutfağının Tarihsel Gelişimi ve Cumhuriyet Dönemi Türk Mutfağı

Köklü bir geçmişe sahip olan Türk mutfağı, tarihsel süreç boyunca farklı coğrafyalardan ve kültürlerden etkilenerek şekillenmiştir. Orta Asya'daki göçebe Türk topluluklarının yemek alışkanlıkları ile başlayan bu süreç, Selçukluların Anadolu'ya gelişi ve buradaki yemek kültürü ile harmanlanması ile gelişmiş ve Osmanlı İmparatorluğu'nun çok uluslu yapısı ile zenginleşerek günümüze kadar gelmiştir. Orta Asya bozkırlarında göçebe bir yaşam tarzı süren Türk toplulukları, et ve süt ürünlerine dayalı sade bir mutfak kültürüne sahiptir (Solmaz & Altın, 2018:108). Ancak bu sade mutfak kültürü, Anadolu'ya yerleşmelerinin ardından tarım ürünleri ve yerel baharatların mutfakta daha fazla kullanılmaya başlanmasıyla zenginleşmiştir (Karaman, 2023:602). Bu kültürel zenginleşme, sonraki yüzyıllarda Osmanlı mutfağının temellerini oluşturmuş ve Osmanlı döneminde mutfak kültürü çok daha gelişmiştir. Osmanlı mutfağı, saray mutfağı ve halk mutfağı olarak iki ayrı kategoride incelenmektedir. Özellikle Osmanlı saray mutfağı, Türk mutfak kültürünün önemli bir dönüm noktasını temsil etmekte olup (Karaman, 2023:602), çeşitli coğrafyalardan toplanan baharatlar, egzotik malzemeler ve profesyonel aşçıların el emeğiyle şekillenen özel bir gastronomi mirası sunmaktadır (Sağır, 2012:2681). Saray mutfağında Osmanlı elitlerinin damak tadına hitap eden çeşitlilik, halk mutfağında yerini daha mütevazı yemeklere bırakmıştır (Öztürk, 2021:587). Ancak bu iki kültür arasındaki belirgin farklılıklara rağmen, yemeklerin temelinde taze ve yerel malzemelerin kullanılması ortak bir özellik olarak dikkat çekmektedir. Bu ortak temel, Osmanlı mutfağının zengin mirasını Cumhuriyet dönemine taşımıştır. Cumhuriyet'in ilanı ile birlikte mutfak kültürü gelenekleri korumakla birlikte modernleşme ve kentleşme süreçlerinden etkilenmiştir (Pala, 2023:72). Atatürk'ün modernleşme vizyonuyla uyumlu olarak, şehirlerde restoran ve lokanta kültürü yaygınlaşmış, bu durum yemek alışkanlıklarında önemli bir dönüşüme neden olmuştur (Ekşi, Sırkılı, & Güneş, 2023:18). Bu dönüşüm, Türk mutfağının zengin geçmişinden aldığı mirasla uyumlu bir şekilde ilerlemiştir. Anadolu coğrafyası, tarih boyunca çok sayıda uygarlığa ev sahipliği yapmış ve bu uygarlıkların her biri Türk mutfağına farklı tatlar kazandırmıştır (Şimşek, Soylu & Özkaya, 2020:497). Örneğin, zeytinyağlı yemekler Akdeniz etkisini yansıtırken, baharat kullanımına Orta Doğu mutfağından esinlenilmiştir (Doğan, 2008:233; Pedani, 2022:46). Bunun yanında, göçlerle birlikte geleneksel Anadolu tarifleri modern tariflerle harmanlanmış ve bu harman Cumhuriyet Dönemi

boyunca daha da belirgin hale gelmiştir (Dilsiz, 2010:31-32). Cumhuriyet Dönemi'nde, bu harmanlanma süreci hızlanmış ve geleneksel yemekler modern mutfak teknikleriyle yeniden yorumlanarak şehirli bir damak tadına uygun hale getirilmiştir (Ekşi, Sırkılı & Güneş, 2023:12-13). Örneğin, klasik bir Osmanlı tatlısı olan baklava, ticari üretimle daha geniş kitlelere ulaşırken; kebab çeşitleri restoran menülerinde şık sunumlarla yerlerini almıştır. Bu dönüşüm, yemeklerin hem geleneksel hem de modern kimliğini korumasını sağlamıştır. Cumhuriyet Dönemi'nde sanayileşme ile gıda sektöründe endüstriyel üretim yaygınlaşmış ve paketli gıdalar halkın mutfağına girmiştir (Kızıldemir, Öztürk & Sarıışık, 2017:354). Bu durum, geleneksel ev yapımı ürünlerin azalmasına neden olmuş; ancak bu ürünlerin bazıları markalaşarak ticari hale gelmiştir. Süt ürünleri, konserve ve unlu mamuller gibi ürünlerin çeşitlenmesi, beslenme alışkanlıklarında farklılıklara yol açmıştır (Samancı, 2018:87). Bu tarihsel süreç, Cumhuriyet Dönemi boyunca Türk mutfağının geleneksel yapısını korurken modernleşme adımlarıyla yeniden şekillendiğini ortaya koymaktadır.

2.1. Cumhuriyet Dönemi Türk Mutfak Kültürünün Özellikleri

Cumhuriyet dönemi, Türk mutfağının modernleşme sürecine adım attığı ve geleneksel unsurların Batı kültürünün etkisiyle şekillendiği bir süreçtir. 1923'te Cumhuriyet'in ilan edilmesinden itibaren, geçmişten aktarılan mutfak mirası temel alınmış ve Türk mutfağı, her geçen gün kendini yenileyerek gelişimini devam ettirmiştir (Boztepe & Şengül, 2024:52). Cumhuriyet ilanından sonra Türk mutfağı geçmiş yüzyılların birikimiyle şekillenen yemek kültürüne eklenen Batılı formların etkisiyle önemli değişimler yaşamış; toplumsal modernleşme ve milliyetçilik vurgusuyla da yeni bir kimlik kazanarak (Ekşi, Sırkılı & Güneş, 2023:15; Aydın, 2023:1590) hem geleneksel hem de modern unsurları bir arada barındıran bir yapıya evrilmiştir. Cumhuriyet döneminde geleneksel mutfak unsurlarının modern yorumlarla harmanlandığı bir geçiş yaşanmaktadır (Kasar, 2021:354). Bu dönemde modern adab-ı muâşeret ve sofraya düzeni gibi hususlar yeniden şekillendirilip meşruiyet kazanmıştır. Cumhuriyet devrimiyle birlikte eğitim kurumları, bürokratlar, askerler ve Türk burjuvazisi aracılığıyla bu yeni görgü kuralları topluma yayılmıştır. Cumhuriyet baloları, lokantalar ve kamusal alanlar, modern sofraya adabının öğrenildiği ve uygulandığı mekânlar olmuştur. Bu değişim Batı ile uyum sağlama çabası gibi modernleşme adımlarıyla da ilişkilidir (Samancı, 2015:214). Bununla birlikte, geleneksel tarifler korunmuş ve bu tariflerin Cumhuriyet dönemine uygun bir şekilde yeniden yorumlanması teşvik edilmiştir. Cumhuriyet döneminde yayımlanan yemek kitapları, Osmanlı mutfak kültüründen devralınan tariflerin yanı sıra, zaman içinde yaygınlaşan yeni malzemeleri ve pişirme tekniklerini de içermektedir. 19. yüzyılda mutfakta yeni tanınmaya başlayan domates, biber, patates ve fasulye gibi ürünler, 20. yüzyılda temel gıda maddeleri haline gelmiş; özellikle domates ve salça, sebze yemeklerinde vazgeçilmez olmuştur. Osmanlı mutfağında yaygın olan koyun ve kuzu eti tüketimi azalırken, dana eti kullanımı artmıştır. Ayrıca, 1960 sonrası margarin mutfakta daha fazla yer edinmiş, şekerin ucuzlamasıyla bal ve pekmez eski önemini yitirmiş, tarçın ise yalnızca tatlılarla özdeşleşen bir baharata dönüşmüştür. Bu modernleşme süreci, yalnızca sofraya adabı ve yemek kültürünün topluma yayılmasıyla sınırlı kalmamış, aynı zamanda dönemin yemek kitaplarında da kendini göstermiştir. 1900'lerden 1950'lere uzanan İstanbul mutfak kültüründeki değişimi yansıtan yemek kitapları, geleneksel pişirme teknikleri ve Osmanlı mutfağına ait tariflerin yanı sıra, Batı mutfağından esinlenen yeni pişirme yöntemleri ile alafranga yemek ve tatlı çeşitlerini de içermektedir; kebab, yahnı, dolma, pilav ve börek gibi klasik lezzetler korunurken, et suları, soslar, deniz ürünleri çorbaları, ragular ve Fransız mutfağı kökenli tatlılar gibi modern tarifler de mutfak kültürüne eklenmiştir (Samancı, 2015:214). Teknolojik gelişmeler, geleneksel Türk mutfak kültürünü dönüştürerek rafine yağların yaygınlaşmasına, tereyağı ve iç yağının yerini margarin ve çiçek yağlarının almasına, doğal tatlandırıcılar yerine şekerin tercih edilmesine ve beyaz un kullanımının artmasına neden olmuştur; ayrıca, konserve, hazır gıdalar ve katkı maddelerinin piyasaya sürülmesi de mutfak alışkanlıklarında önemli değişimlere yol açmıştır (Akın vd.:45). Ülkenin farklı bölgelerine özgü beslenme alışkanlıklarının büyük şehirlerde buluşması, önceleri yalnızca belirli yörelerde bilinen lezzetlerin daha geniş bir kitle tarafından tanınmasını mümkün kılmıştır (Şengül & Türkay, 2022:40). Bu durum, yemek kültürünün çeşitlenmesine ve farklı coğrafi bölgelerin mutfak mirasının ulusal düzeyde benimsenmesine zemin hazırlamıştır. Büyük şehirlerde farklı yöresel lezzetlerin buluşması yalnızca yemek çeşitliliğini artırmakla kalmamış, aynı zamanda beslenme alışkanlıklarında da önemli değişimlere yol açmıştır. Bu dönemde, Osmanlı mutfağında öğün düzeni sosyal sınıflara göre değişiklik göstermekle birlikte, genellikle iki ana öğün olan "kuşluk" ve "akşam" yemeği şeklinde sürdürülmüştür (Samancı, 2018: 87). Avrupa'da sanayi devrimi ile birlikte ortaya çıkan üç öğün yemek yeme alışkanlığı Osmanlı'da Tanzimat Dönemi ile birlikte gelişim göstermeye başlamıştır. Cumhuriyet'in ilanı sonrasında Batı tarzı yaşamın benimsenmesiyle sabah, öğle

ve akşam olmak üzere üç öğün beslenme düzeni yaygınlaşmıştır (Solmaz & Altınar, 2018: 117). Özellikle kahvaltı kültürü, Cumhuriyet Dönemi'nde kentli yaşam tarzının bir parçası haline gelmiş; ekmek, peynir, zeytin ve reçel gibi ürünlerle şekillenen geleneksel kahvaltıya, çayın eklenmesi kahve gibi geleneksel içeceklerin yanında modern bir alternatif olmuştur (Göde, Sayarı & Ekincek, 2023: 1234).

2.2. Cumhuriyet Dönemi Türk Mutfağında Restoran Kültürünün Gelişimi

Cumhuriyet dönemi, Türk mutfağının modernleşme sürecine paralel olarak restoran kültürünün de şekillendiği bir dönemdir. Şehirleşme, artan sosyal hareketlilik ve ekonomik değişimlerle birlikte restoranlar, sadece yemek yeme alanları değil, aynı zamanda sosyalleşme ve kültürel etkileşim merkezleri haline gelmiştir. Cumhuriyetin ilanı öncesinde açılmış olan birçok restoran varlıklarını Cumhuriyet sonrasında da devam ettirmiştir. Cumhuriyet'in ilk yıllarında, özellikle Ankara ve İstanbul gibi büyük şehirlerde restoran ve lokantalar, sosyal hayatın önemli bir parçası olmaya başlamıştır (Genç, Akyürek & Kızılcık, 2023:566-567). 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, özellikle İstanbul'un Avrupa tarzını yansıtan semtleri olan Pera ve Galata'da açılan otel restoranları ve lokantalar, dışarıda yemek yeme kültürünü ve alışkanlığını İstanbul'un elit kesimine kazandırmıştır. (Samancı, 2018:97). Modernleşme politikaları çerçevesinde, lokantalar yeni yaşam tarzlarını benimsetme aracı olarak görülmüş ve desteklenmiştir (Genç, Akyürek & Kızılcık, 2023:574). Restoranlar, geleneksel Türk yemeklerinin sunulduğu yerler olmanın yanı sıra Batı tarzı yemeklerin de tanıtıldığı mekânlar haline gelmiştir (Batu, 2024:5). Bu durum, özellikle İstanbul'da gözlemlenmiştir; burada ünlü Orient Express'in son durağı olan Pera Palas gibi Batı mutfağını sunan restoranlar popülerlik kazanmıştır (Ünsal, 2010:408). Pera'daki restoranlara benzer şekilde, Osmanlı geleneksel mutfak anlayışını yansıtan, konforlu, özenli servis sunan ve zengin bir menüye sahip lokantalar, 19. yüzyılın sonlarına doğru ilk kez Sirkeci-Eminönü bölgesinde faaliyet göstermeye başlamıştır (Samancı, 2018:97). Cumhuriyet'in erken döneminde devlet, restoranların kurulmasını teşvik etmiş ve bu alanı modernleşme politikalarının bir uzantısı olarak görmüştür. Mutfak eğitimi programları, yemek kültürünü modernize etme çabalarının bir parçası olarak değerlendirilmiştir (Ekşi, Sırıklı & Güneş, 2023:18). Bunun yanı sıra, özellikle devlet destekli restoranlar ve lokantalar, yerel ürünlerin kullanılmasını ve yerel tariflerin yaşatılmasını teşvik etmiştir. Cumhuriyet'in ilanıyla birlikte Türkiye'de yeme içme alışkanlıkları değişmiş, büyük şehirlerde restoran kültürü giderek gelişmeye başlamıştır. Bu dönüşümün en belirgin yaşandığı yerlerden biri de İstanbul olmuştur. Balkan Göçmeni Ali Özçakmak tarafından 1933 yılında Üsküdar/İstanbul'da kurulan Kanaat Lokantası, üçüncü kuşak temsilcileri ile ilk kurulduğu yerde hizmet vermeye devam etmektedir. Geleneksel tencere yemekleriyle uluslararası alanda tanınan işletmede, kuzu ciğer sarma, Özbek pilavı ve Elbasan tava öne çıkan lezzetler arasındadır (URL-7, 2025). Cumhuriyet'in kurulmasının ardından yeni başkent olan Ankara'da 1928 yılında açılan ilk modern lokanta Karpiç Lokantası'dır. Kurucusu, Sovyetler Birliği'nden 1920'de İstanbul'a göçen Juri Georges Karpovich'tir. Kapatıldığı 1963 yılına kadar Ankara'nın gözde mekanlarından olan Karpiç Lokantası, yalnızca bürokratlara, zengin kesime ve politikacılara hizmet vermemiş; aynı zamanda "dışarıda yemek yeme kültürü"nü öğretme görevini de üstlenmiştir (Zencir & Özel, 2019:189). Karpiç'in menüsünde, borç çorbası, çeşitli havyar türleri, domates soslu balık pilaki, Rus mutfağından beef stroganov ve piroski gibi yemeklerin yanı sıra, zeytinyağlı sebze çeşitleri, turşular, iç pilav, dolma, su böreği, kuru fasulye, perdeli pilav, Çerkez tavuğu ve tatlı olarak baklava gibi lezzetler sunulmuştur (URL-6, 2025). İstanbul başta olmak üzere büyük şehirlerde açılan lokantalar, Batı mutfağının etkilerini taşıırken, Anadolu'da kurulan işletmeler daha çok geleneksel lezzetleri sunmaya devam etmiştir. Bu bağlamda, İstanbul dışında kurulan ilk lokantalardan biri olan ve ilk olarak Ali Usta'nın Yeri adıyla kurulan Cumhuriyet Lokantası (Edremit), Cumhuriyet'in yeni yemek kültürünün Anadolu'da nasıl şekillendiğini anlamak açısından önemli bir örnektir. Bunun yanı sıra, erken Cumhuriyet döneminde (1923-1950) İzmir, Bursa, Ankara, Uşak ve Zonguldak gibi birçok şehirde açılan işletmeler, geleneksel Türk mutfağını restoran kültürüyle birleştirerek, dışarıda yemek yeme alışkanlığının yaygınlaşmasına katkı sağlamıştır. Aşağıdaki tabloda, Cumhuriyet öncesinde ve Erken Cumhuriyet Dönemi (1923-1950) kurulan, günümüzde de hizmet vermeye devam eden restoranlar listelenmiştir.

Tablo 1. Cumhuriyet Dönemi Öncesi ve Erken Cumhuriyet Dönemi (1923-1973) Kurulan ve Halen Faaliyet Gösteren Restoranlar

Cumhuriyet Dönemi Öncesi Kurulan			Erken Cumhuriyet Dönemi Kurulan		
Lokanta/Restoran Adı	Kurulduğu Yıl	Kurulduğu Yer	Lokanta/Restoran Adı	Kurulduğu Yıl	Kurulduğu Yer
Hacıbenlioğulları Kebap	1833	Isparta	Cumhuriyet Lokantası	1923	Edremit
Beyaz Fırın¹	1836	İstanbul	İstanbul Köftecisi	1923	İstanbul
Kebapçı Kadir	1851	Isparta	Tarihi Karaköy Balıkçısı	1923	İstanbul
Tarihi Kalkanoğlu Pilavı	1856	Trabzon	Uşak İlyas Usta Lokantası	1924	Uşak
Kebapçı İskender	1867	Bursa	Ömür Lokantası	1924	Edremit
Aşçı Bacaksız	1881	Afyonkarahisar	Körfez Restaurant²	1927	Bodrum
Topçu Kebap	1885	Antalya	Hüsrev Lokantası	1928	İstanbul
İmam Çağdaş	1887	Gaziantep	Köfteci Ramiz	1928	Akhisar
Hacı Abdullah Lokantası	1888	İstanbul	Üç Köfte	1930	Bursa
Orient Ekspres Restaurant	1890	İstanbul	Kanaat Lokantası	1933	İstanbul
Besler İnegöl Köfte	1893	Bursa	Ulutan Et Lokantası	1933	Samsun
Konyalı	1897	İstanbul	Güven Lokantası	1934	İzmir
Meşhur Filibe Köftecisi	1897	İstanbul	Meşhur Pideci Hasan	1936	Zonguldak
Pandeli	1901	İstanbul	7 Mehmet Restaurant	1937	Antalya
Hacı Şükrü	1907	Konya	Kebapçı İdris	1937	Bursa
Hasan Kolcuoğlu Restoran	1910	Adana	Karışma Sen	1938	İstanbul
Azaklar Odun Köfte	1911	Manisa	Kurucu Ali Baba Kanaat Lokantası	1939	İstanbul
Develi Kebap	1912	İstanbul	Hüsnüniyet Lokantası	1940	Eskişehir
Meşhur Köfteci Mustafa	1912	Sakarya	Yalova Restaurant	1940	Çanakkale
Kebapçı Eyüp	1918	Tarsus	Krependeki İmroz Restaurant	1941	İstanbul
Yanyalı Fehmi Lokantası	1919	İstanbul	Ayazpaşa Rus Lokantası	1943	İstanbul
Tarihi Ali Baba Balık Lokantası	1920	İstanbul	Ankara Lokantası	1944	İstanbul
Tarihi Sultanahmet Köftecisi	1920	İstanbul	Ferah Kebap Salonu	1944	Isparta
Yenice Lokantası	1920	İzmir	Beyti	1945	İstanbul
İkbal	1922	Afyonkarahisar	Balıkçı Sabahattin	1945	İstanbul

¹ Kosma'nın Poğaç Simit Fırını adıyla Balat'ta kurulmuştur.

² 1927'de Lezzet Lokantası adıyla kurulan işletmenin adı önce Körfez Lokantası, daha sonra Körfez Restaurant olarak değiştirilmiştir.

Tarihi Mutfak Lokantası	1945	Ankara
Despina Restaurant	1946	İstanbul
Köşkeroğlu	1946	İstanbul
Balık Osman	1947	İstanbul
Bankalar Lokantası	1947	İstanbul
Hayat Lokantası	1947	Bursa
Safa Meyhanesi	1948	İstanbul
Tarihi Özasmaaltı Restaurant	1948	Adana
Kebap49	1949	Ankara
Kebabistan	1949	Ankara
Hünkâr	1950	İstanbul
Selvi Restaurant	1950	İstanbul

Kaynak: (Genç vd., 2023), (Aldemir & Sormaz, 2021), (İbiş, 2021), (URL-1, 2025), (URL-2, 2025), (URL-5, 2025)' ten yararlanılarak yazarlar tarafından derlenmiştir.

Cumhuriyet Dönemi'nde ve öncesinde kurulan, günümüzde hâlâ varlığını sürdüren restoranlar, Türkiye'nin gastronomi mirasının önemli temsilcileri olarak öne çıkmaktadır. Bu restoranlardan bazıları, uluslararası rehberlerde de yer alarak Türk mutfak kültürünün prestijini artırmaktadır. Bu bağlamda, 12 lokanta/restoran Gault & Millau³ 2025 Rehberi'nde olmaya hak kazanmıştır. Michelin rehberine alternatif olarak ortaya çıkan, şeflerin yaratıcılığına ve mutfakta yenilikçi uygulamalara odaklanarak restoranları 20 üzerinden puanlama yöntemiyle değerlendiren Gault & Millau 2025 Rehberi'nde yer alan restoranların isimleri ve yer aldıkları kategoriler/aldıkları ödüller Tablo-2.3'te gösterilmiştir (URL-3, 2025).

Tablo 2. Gault & Millau 2025 Rehberi'nde Yer Alan Restoranlar/Lokantalar

Lokanta/Restoran Adı	Yer aldığı Kategori/Aldığı Ödül
Beyaz Fırın (İstanbul, 1836)	Yüzyıllık İşletmeler Ödülü
İmam Çağdaş (Gaziantep,1887)	Yüzyıllık İşletmeler Ödülü
Hacı Abdullah Lokantası (İstanbul, 1888)	Geleneksel Mutfak/ Yüzyıllık İşletmeler Ödülü
Pandeli Restaurant (İstanbul, 1901)	Geleneksel Mutfak
Develi1912 (İstanbul, 1912)	Geleneksel Mutfak
Yanyalı Fehmi Lokantası (İstanbul, 1919)	Geleneksel Mutfak/ Yüzyıllık İşletmeler Ödülü
Cumhuriyet Lokantası (Edremit, 1923)	Geleneksel Mutfak
Hüsrev Lokantaları (İstanbul, 1928)	Geleneksel Mutfak
Kanaat Lokantası (İstanbul, 1933)	Geleneksel Mutfak
Hünkâr Lokantası (İstanbul, 1950)	Geleneksel Mutfak
Parlak Restaurant (Antalya, 1954)	Geleneksel Mutfak
Tatbak (İstanbul, 1960)	Geleneksel Mutfak

Kaynak: (URL-4, 2025)

3. İlgili Araştırmalar

Asırlık restoranlar, buldukları toplumların kültürel mirasını yansıtan ve gastronomi turizmi açısından önemli değerler taşıyan işletmelerdir. Bu konuda yapılan çalışmalar, bu restoranların tarihsel gelişimleri ve kültürel önemi hakkında önemli sonuçlar ortaya koymaktadır.

³ Gault & Millau, 1965 yılında Henri Gault ve Christian Millau tarafından Fransa'da kurulan prestijli bir restoran ve gastronomi rehberidir (URL-3, 2025).

Korkmaz (2010), Türkiye'de restorancılığın gelişimi üzerine yapmış olduğu çalışmasında, Cumhuriyet'in kuruluşundan günümüze kadar olan süreçte restoran işletmelerinin evrimini incelenmiştir. Bu araştırma, tarihsel perspektif sunarak, restoranların kültürel ve toplumsal bağlamdaki rollerini anlamaya yardımcı olmaktadır.

Erkara (2010) Türkiye'nin en eski lokantalarından ilk 100'ünü bir araya getirdiği kitabında yedi bölgeden toplam 24 şehirdeki tarihi lokantaların tarihçesini, menülerini anlatarak öne çıkan yemeklerini tanıtmıştır.

Aldemir ve Sormaz'ın (2021) makaleleri ise Türkiye'deki bir asrı aşkın süredir hizmet veren restoranların tanıtımını yapmakta ve bu restoranların sürdürülebilir turizm açısından önemini tartışmaktadır. Çalışmada, Türkiye genelinde 17 asırlık restoranın özellikleri, tarihçeleri ve günümüzdeki faaliyetleri analiz edilmiştir. Restoranların kültürel ve gastronomi mirası olarak korunmasının, sürdürülebilir turizme katkı sağladığı belirtilmiştir.

İbiş (2021), İstanbul'daki asırlık restoranlar üzerine yapmış olduğu çalışmasında, bu işletmelere yönelik çevrimiçi yorumları analiz etmiştir. Bu çalışma, müşteri deneyimlerinin ve algılarının, restoranların sürdürülebilirliği ve kültürel değerlerinin korunmasındaki önemini vurgulamaktadır.

Eryılmaz (2022) araştırmasında Türkiye'deki asırlık firmaları ele almış ve 1454-1923 yılları arasında kurulmuş ve halen faaliyet gösteren 270 firma tespit etmiştir. Bu firmaların kendilerini "tarihi" ve "meşhur" olarak nitelendirdikleri belirlenmiştir. Bu çalışma, uzun ömürlü işletmelerin kültürel ve ekonomik bağlamdaki yerini anlamak açısından önem taşımaktadır.

İstanbul'daki geleneksel restoranların sadece yemek kalitesiyle değil, aynı zamanda kültürel mirasları ve hizmet anlayışlarıyla da gastronomi turizmine katkı sağladığını gösteren Sırıklı vd. (2022), İstanbul'un Karaköy ve Fatih bölgelerindeki restoranları ziyaret eden yabancı turistlerin beğeni ve davranışlarını içerik analizi yöntemiyle incelemiştir; 60.363 yorumun analizinden, turistlerin restoran atmosferini ve yemeklerin lezzetini yüksek oranda beğendiklerini, ancak olumsuz yorumlarda servis aksaklıkları ve personel iletişimiyle ilgili sorunların ön plana çıktığını belirlemiştir. Asırlık restoranların sürekliliğini açıklamak için literatürde restoranların sürdürülebilir başarı bileşenlerine odaklanan çalışmalar da öne çıkmaktadır. Bu çalışmalar, başarının yalnızca finansal çıktılarla değil; işletmenin uzun soluklu varlığı, tekrar tercih edilmesi, güçlü itibar ve istikrarlı kalite gibi göstergelerle birlikte ele alınabileceğini tartışmaktadır. Sükan (2023), sürdürülebilir restoran başarısı için yalnızca temel işletmecilik ilkelerinin bilinmesinin yeterli olmadığını; geçerliliği kanıtlanmış başarı faktörleri ve stratejilerinin devreye girdiğini vurgulamakta ve yerel bağlama özgü araştırmaların daha hedefli çözümler üretebileceğini ifade etmektedir. Bu çerçevede, Sükan'ın (2023) çalışmasında restoran başarısını açıklamak üzere ürün kalitesi, yer seçimi, mekân tasarımı ve yerleşimi, ekip oluşturma ve elde tutma, menü planlaması, ürün tedarik süreci, doğru fiyatlandırma ile marka kimliği ve tanıtım başlıklarında tematik bir yapı kurgulandığı görülmektedir. Bu yaklaşım, asırlık işletmelerin uzun yıllar ayakta kalmasını sağlayan unsurların (kalite sürekliliği, insan kaynağı, yönetim anlayışı vb.) sistematik biçimde tartışılabilmesine imkân vermektedir.

Başarı faktörlerini daha standart/ölçüt temelli ele alan çalışmalar ise üst segment restoranlarda belirginleşmektedir. Çavuş ve Nazik'in (2022) Michelin yıldızlı restoranlar üzerine yürüttüğü çalışmada veriler içerik analiziyle çözümlenmiş; yiyecek-içecek kalitesi, hizmet kalitesi, menü çeşitliliği, inovasyon süreçleri ve şeflerin Michelin Rehberine ilişkin değerlendirmeleri eksenlerinde boyutlar ve alt temalar oluşturulmuştur. Bu çalışmadaki bulgular, başarıyı yalnızca işletmenin yaşıyla değil, aynı zamanda kalite standardizasyonu ve deneyim tasarımıyla birlikte düşünmeye imkân vermektedir.

Symons (2013), 1766 civarında Paris'te açılan restoranların erken tarihini ve yiyecek-içecek hizmetlerinin ticari olarak yapılmasının misafirperverliğe olan etkilerini incelerken; restoranların temel özelliklerini vurgulayarak ve *McDonaldlaştırılmış* satış noktalarından farklılıklarını ön plana çıkartmıştır.

Sammells ve Searles (2016), restoranların kültürel ve sosyal anlamları üzerine yapmış oldukları çalışmalarında, yemek ve kültür arasındaki bağlantıları, kamusal ve özel alanların kesişiminde incelemektedir. Bu çalışma, restoranların sadece yemek yeme mekânları değil, aynı zamanda kültürel etkileşim alanları olduğunu göstermektedir.

Hernández-Rojas ve Alcocer (2021) ise ziyaretçilerin geleneksel restoranlardan duyduğu memnuniyetin yerel gastronomi algısı, bir şehrin genel imajı ve ziyaretçilerin destinasyona olan sadakati üzerindeki etkisinin inceledikleri çalışmalarında; geleneksel restoranlar, turistler ve destinasyon arasında bir bağ kurarak, turistlerin şehre olan sadakatini olumlu yönde etkilediği sonucuna varmışlardır.

4. Materyal ve Yöntem

Araştırmada derinlemesine bilgi elde etmek için nitel araştırma yöntemi ve güncel bir olgunun kendi bağlamı içerisinde derinlemesine incelenmesi olarak ifade edilen örnek olay deseni benimsenmiştir. (Tutar, 2023). Araştırmanın evrenini, Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren faaliyet gösteren İstanbul'daki restoranlar oluşturmaktadır. İstanbul'un tercih edilme nedeni, Türkiye'nin en kalabalık şehri olması ve birçok kültüre ev sahipliği yapmasıdır. Örneklem belirlemede ise, ölçüt örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Ölçüt örnekleme, araştırılan durumla ilgili belirlenen niteliklere sahip kişiler, olaylar, nesnelere ya da durumlardan oluşan örneklem olarak ifade edilmektedir (Altunışık, vd., 2023:483). Ölçüt olarak ise İstanbul'da yer alıp sektörde en az 50 yıldır faaliyet gösteren geleneksel Türk mutfağına ait yemekler sunan işletmeler belirlenmiştir. Verilerin elde edilmesi aşamasında derinlemesine bilgi elde etmek amacıyla görüşme tekniği tercih edilmiş olup yarı yapılandırılmış görüşme formundan yararlanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme, yapılandırılmış görüşmeye göre daha esnek olup, katılımcının vermiş olduğu ekstra bilgilerinde kayıt altına alındığı derinlemesine bilgi sağlayan görüşme türü olarak ifade edilebilmektedir (Kozak, 2017:90). Bu bağlamda araştırmada katılımcıların bilgi ve tecrübelerine oranla daha fazla görüş elde edebilmek adına yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme formu, işletmeye ilişkin genel bilgilere yönelik sorular ve araştırma temasına odaklanan sorular olmak üzere tematik olarak yapılandırılmıştır. Ana görüşme soruları ve bu soruları derinleştirmeye yönelik alt sorular şeklinde kurgulanmış görüşme sorularını oluşturabilmek adına ilgili literatür derinlemesine incelenmiş araştırma sorularının belirlenmesinde Healy (2014), Çavuş & Nazik (2022), Yetimoğlu (2017) ve Sükan (2023) çalışmalarından yararlanılmış ardından gastronomi ve mutfak sanatları alanında çalışmaları olan 10 akademisyenden uzman görüşü alınarak soru formu oluşturulmuştur. İstanbul'da 1923-1973 yılları arasında kurulan ve hâlâ faaliyet gösteren 29 yiyecek içecek işletmesinden görüşmeyi kabul eden 13 işletme örneklem olarak belirlenmiştir. Görüşmeler, 2024 yılı Temmuz ve Eylül aylarında işletme sahipleri ve yöneticileriyle yapılmış, her biri ortalama 25 dakika sürmüştür. Elde edilen veriler içerik analiziyle değerlendirilmiş; bulgular, Türk mutfağının değişen zaman, zevk ve trendlere karşı duruşu, işletmelerin sürekliliği ve Türk mutfağının değişim ve gelişimine ilişkin bulgular başlıkları altında incelenmiştir. Araştırmaya katılan kişilerin, araştırma sorularına doğru ve samimi cevaplar verdiği, ayrıca ölçekte yer alan soruların Türk mutfağının Cumhuriyet dönemi gelişim süreçlerini yansıttığı varsayılmaktadır. Bununla birlikte, araştırmanın yalnızca İstanbul'daki yiyecek içecek işletmeleriyle sınırlı kalması ve İstanbul'daki bazı işletmelerin görüşme yapmayı kabul etmemesi, araştırmanın sınırlılıkları arasında yer almaktadır. Çalışmada kullanılan görüşme sorularına tablo 3'te yer verilmiştir.

Tablo 3. Görüşme Formunun Geliştirilmesinde Yararlanılan Kaynaklar

Görüşme Soruları	Yararlanılan Kaynaklar
1.) İşletmeniz hakkında genel bilgi verir misiniz?	Yetimoğlu (2017)'den yararlanılmıştır. ⁴
1 a.) İşletmenizin kuruluş süreci hakkında bilgi verebilir misiniz?	Healy (2014)'den yararlanılmıştır.
1.b) İşletmeniz aile işletmesi mi? Siz kaçınıcı kuşak temsilcisisiniz?	Yetimoğlu (2017)'den yararlanılmıştır.
1.c.) İşletmenizin ismi nasıl seçildi?	Sükan (2023)'den yararlanılmıştır.
2.) İşletmenizin dış çevre (lokasyon, ulaşım imkanları vb.) ve iç mekân (ambiyans, dekor vb.) unsurlarını belirlerken neler dikkate alınmıştır?	Çavuş ve Nazik (2022)'den yararlanılmıştır
3.) İşletmenizin özgünlüğünü koruma noktasında, değişen zamana, zevklere ve trendlere nasıl uyum sağladınız?	Sükan (2023)'den yararlanılmıştır.
3 a.) İşletmenizin iç mekân tasarımında ne gibi değişimler oldu	Çavuş ve Nazik (2022)'den yararlanılmıştır
3 b.) Menüünüzde özgün ürünler mi tercih ediyorsunuz yoksa yıl içinde çeşitli güncellemeler yapıyor musunuz?	Sükan (2023)'den yararlanılmıştır.
3 c.) Menüünüzde bir değişim olduysa, ne gibi değişimler oldu?	Çavuş ve Nazik (2022)'den yararlanılmıştır
4.) İşletmenizin hala ayakta kalmasını sağlayan ve işletmenizi diğer işletmelerden ayıran özellikleri nelerdir?	Healy (2014)'den yararlanılmıştır.

⁴ Sorular, ilgili çalışmalardaki soru kökleri esas alınarak araştırmanın bağlamına uyarlanmıştır; ifadelerde anlamı değiştirmeyecek düzeyde düzenleme yapılmıştır.

5.) Misafirlerinizin sizi tercih etmelerindeki ilk üç etken nedir?	Yetimoğlu (2017)'den uyarlanmıştır.
6.) İşletmenizin yıllar içinde bölge/semt/il kültürüne veya topluma nasıl katkıları oldu?	Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.
7.) Yıllar içerisinde karşılaştığınız zorluklar nelerdir? Ve bu zorlukların üstesinden nasıl geldiniz?	Healy (2014)'den uyarlanmıştır.
8.) Türk mutfağının sektördeki gelişimini nasıl görüyorsunuz?	Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.
8 a.) Türk mutfağına günümüzde verilen değerle işletmenizin kurulduğu dönem arasında fark var mı? Varsa bunlar nelerdir?	Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.
9.) İşletmeniz geleneksel Türk yemeklerinin tanıtılması ve korunmasında nasıl bir rol oynuyor?	Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.
10.) Türk mutfağına ilişkin tüketici tercihlerinde son zamanlarda gözlemlediğiniz belirli eğilimler veya değişiklikler var mı? Varsa bu değişimlere nasıl ayak uyduruyorsunuz?	Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.
11.) Mutfak endüstrisinin ve Türk mutfağının değişimini/gelişimini göz önünde bulundurarak, işletmenizin geleceğine yönelik beklentileriniz veya hedefleriniz nelerdir?	Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

4.1. Bulgular

Çalışma kapsamında elde edilen bulgular; geleneksel tariflerin korunması, menü orijinalliğinin sürdürülmesi ve aile işletmeciliği mirası gibi unsurların, bu restoranları yalnızca birer ticari işletme olmanın ötesine taşıyarak, kültürel hafızanın aktarımında kritik bir rol üstlenen mekanlar haline getirdiğini göstermektedir. Araştırmanın bulguları, katılımcılarla yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen verilerin kodlanarak analiz edilmesiyle ortaya koyulmuştur. Görüşme yapılan katılımcılar ve araştırmaya dâhil edilen işletmelerle ilgili genel bilgiler, Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4. Katılımcılar ve İşletmelere Ait Genel Bilgiler

Katılımcının Kodu	Katılımcının İşletmedeki Görevi	İşletmenin Sahiplik Durumu	Kuşak Sayısı	İşletmenin Hizmet Süresi
K1	İşletme Sahibi	Aile İşletmesi	3. kuşak	64 yıl
K2	İşletme Sahibi	Aile İşletmesi	3. kuşak	77 yıl
K3	İşletme Müdürü	Aile İşletmesi	2. kuşak	79 yıl
K4	İşletme Sahibi	Aile İşletmesi	3. kuşak	79 yıl
K5	İşletme Sahibi	Aile İşletmesi	3. kuşak	136 yıl
K6	İşletme Müdürü	Aile İşletmesi	2. kuşak	65 yıl
K7	İşletme Müdürü	Aile İşletmesi	3. kuşak	73 yıl
K8	İşletme Sahibi	Aile İşletmesi	3. kuşak	66 yıl
K9	İşletme Sahibi	Aile İşletmesi	5. kuşak	131 yıl
K10	İşletme Müdürü	Aile İşletmesi	3. kuşak	129 yıl
K11	İşletme Sahibi	Aile İşletmesi	2. kuşak	64 yıl
K12	İşletme Sahibi	Aile İşletmesi	2. kuşak	91 yıl
K13	İşletme Sahibi	Aile İşletmesi	3. kuşak	105 yıl

Araştırmada yer alan tüm işletmelerin aile işletmesi olduğu ve yöneticilerin işletmeleri aile büyüklerinden devralarak yönettikleri tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan bireylerin büyük çoğunluğunun, ailenin üçüncü kuşak temsilcisi ve işletmenin sahibi olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, araştırmaya dâhil edilen işletmelerin en az 64 yıldır hizmet verdiği ve en eski işletmenin 131 yıldır faaliyet gösterdiği, tespit edilmiştir. Araştırma sırasında, "İşletmenizin ismi nasıl seçildi?" sorusuna katılımcılardan farklı yanıtlar alınmıştır. Örneğin, K1 ve K2, işletme adının özel bir anlam taşımadığını ve aile büyükleri tarafından tercih edildiğini belirtirken; K3, işletme adının zaman içinde değiştiğini ve şu anki isminin işletme sahibinin kendi adı olduğunu ifade etmiştir. K4 ise soyadları sebebiyle bu ismi tercih ettiklerini; K9 ve K13 ise göç ettikleri bölgenin adını işletme adı olarak kullandıklarını belirtmiştir.

4.1.1. İşletmenin Değişen Zaman, Zevk ve Trendlere Karşı Duruşu

Bu bölümde; katılımcıların verdikleri yanıtlar doğrultusunda oluşturulan İşletmelerin Dış Çevre ve İç Mekân Unsurlarına İlişkin Bulgular ile İşletme Menüsüne İlişkin Bulgular yer almaktadır.

Tablo 5. İşletmelerin Dış Çevre ve İç Mekân Unsurlarına İlişkin Bulgular

Dış Çevre ve İç Mekân Unsurlarının Belirlenmesinde Dikkate Alınan Faktörler	Katılımcı Kodu	Frekans	Yüzde
Zamanın Zevklerine ve Dönemin Koşullarına Göre	K1, K2, K4, K7, K8, K11, K12, K13	8	61,5
Çevreden Temin Edilen Masa-Sandalye	K3	1	7,69
Osmanlı Motiflerinin Kullanımı	K5	1	7,69
Açılış Dönemine Yönelik Bilgi Eksikliği	K6	1	7,69
Esnaf Lokantası Tarzı Tasarım	K9	1	7,69
Tarihi Yapıya Uyumlu Tasarım	K10	1	7,69
Dış Çevre ve İç Mekân Unsurlarında Yaşanan Değişimler			
Aslına Sadık Restorasyon	K1, K2, K6, K7, K10	5	38,49
Mekânsal Büyüme ve Mimari Restorasyon	K5, K12	2	15,38
Konum Değişikliği Sonrası Aslına Uygun Restorasyon	K3, K11	2	15,38
Hizmet Gereksinimine Göre Masa Eklenmesi	K4	1	7,69
Şube Sayısı Artırılması	K8	1	7,69
Konum Değişikliğine Bağlı İç Mekân Mobilya ve Renk Düzenlemesi	K9	1	7,69
Klasik Pişirme Yönteminin Modern Üniteye Dönüştürülmesi	K13	1	7,69

Tablo 5'te, işletmelerin dış çevre ve iç mekân unsurlarının belirlenmesinde dikkate alınan faktörler özetlenmiştir. Katılımcılardan alınan yanıtlar doğrultusunda, birçok işletmenin %61,5 oranında zamanın şartlarına göre mütevazı bir şekilde kurulduğu ve amaçlarının o dönemin koşullarında lezzetli ve ucuz yemekler üreterek hayatta kalmaya çalışmak olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, K3, "toprak zemin üzerine etraftan buldukları masa ve sandalyeleri kullandıklarını" ifade ederken, K9, "işletmelerinin esnaf lokantası anlayışıyla tasarlandığını" belirtmiştir. K8 ise "başlangıçta bir dükkânlarının bile olmadığını ve yemek arabasıyla satış yaptıklarını" söylemiştir. İşletmelerin açılma tarihleri göz önüne alındığında, dış çevre unsurlarının günümüze kıyasla önemli ölçüde değiştiği söylenebilir. Birçok işletme (K3, K5, K9, K11, K12), zaman içinde dükkânlarının yıkılması, dış çevre unsurlarındaki değişim ve büyüme istekleri gibi nedenlerle konumlarını değiştirmiş ve buldukları yerlerden farklı lokasyonlara taşınmışlardır. Bu işletmeler, taşındıkları yeni konumlarda çoğunlukla ilk dükkânlarının fotoğraflarına bakarak aslına sadık bir şekilde mekânlarını yeniden tasarlamışlardır.

Tablo 6: İşletme Menüsüne İlişkin Bulgular

Menüde Yaşanan Değişimler	Katılımcı Kodu	Frekans	Yüzde
Menünün Orijinalliğinin Korunması	K1, K2, K3, K5, K7, K8, K10, K11, K13	9	69,23
Menü Çeşitliliğinin Azalması	K4, K12	2	15,38
Sınırlı Menü Güncellemesi	K6, K9	2	15,38
Yıl İçinde Menülerin Güncellenmesi Durumu			
Sabit Menü Politikası	K1, K4, K8, K9, K10, K11	6	46,15
Sabit Menü Politikası ve Mevsimsel Uyarlamalar	K2, K3, K5, K6, K7, K12, K13	7	53,85

İşletmelerin değişen zaman, zevk ve trendlere karşı tutumları büyük çoğunlukla aynı doğrultuda olduğu tablo 6'da görülmektedir. Geleneksel Türk mutfağının korunması ve sürdürülmesi, genellikle güncel trendlere uymak yerine, aslına sadık kalınarak gerçekleştirilmiştir. Bu konuda, K13, "Bizim işletmemizin amacı Türk mutfağını korumak, bulabildiğimiz ölçüde ilk günlerdeki kalitede ürünü bularak kullanmaya çalışıyoruz. Örneğin, kazandibi hala bakır tencerede 6 saatte yapılıyor. Ancak fırınlar değişti, o günkü fırınları kullanmıyoruz şu an mutfakta," şeklinde ifade etmiştir. İşletme menülerinde yıllar içinde yaşanan değişimlere dair katılımcıların %69,23'ü, menülerinde herhangi bir değişiklik yapmadıklarını ve ilk günkü şekliyle menülerini sunmaya devam ettiklerini belirtmiştir. Bu noktada, K5, mutfakta hâlâ bakır tencere kullandıklarını, kalaylama konusunda bazı zorluklar yaşasalar da vazgeçemediklerini ifade etmiştir. Ayrıca, "Günümüzde sütlaç çoğunlukla nişasta ile bağlanır. Fakat bizim işletmemizde hâlâ sütlaç yapımında geleneksel sübye kullanımı devam etmektedir." şeklinde açıklama yapmıştır. K12 ise, "Bazı şeylerden zaman içinde feragat edildi. Örneğin, pilav eskiden sadece tereyağından yapılırdı, kokuyor diye zaman içinde tereyağı azaltıldı. Tas kebabı koyun etinden yapılırdı nesillerin değişmesiyle koyun eti kokuyor diye tercih edilmez oldu, yerine dana eti tercih edilmeye başlandı. Eskiden bu dükkâna hiç dana eti girmezdi." şeklinde ifade etmiştir.

İşletme menülerinde aynı yıl içinde yapılan güncellemelerle ilgili katılımcıların görüşleri menülerin genel olarak sabit bir yapıya sahip olduğunu ancak mevsime veya tedarik durumuna göre bazı ikame ürünler eklenebildiğini göstermektedir. K3, "Döner, ızgara et çeşitleri, beyti kebab her zaman var. Tatlı menüsü değişmez, zeytinyağlı menüsü değişmez, servis şekli de değişmez. Mevsimine bağlı olarak ikame ürünler kullanılır belki ama genel itibarıyla menü değişmez." şeklinde belirtmiştir. K7, "Menüde eski Ermeni ve Osmanlı mezeleri pilaki haydari gibi sürekli çıkan mezelerimiz var fakat mevsimine balık zamanına göre örneğin Levrek Marin gibi yeni mezeler ekleyebiliyoruz." demiştir. K13 ise, "Menüde bazı sebzeler değişiyor örneğin bakla bitiyor bamyaya başlıyor. Bunlar değişiyor fakat Türk mutfağının temelini oluşturan domates, patlıcan gibi serada yetişen ürünleri sürekli kullanıyoruz. Çünkü günlük yüzün üzerinde yemek çıkıyor burada. Bu ürünleri çıkardığımızda aslında menüde çeşit açısından ciddi azalmalar yaşarız, menü başkalaşır" diye belirtmiştir. Bu ifadeler, katılımcıların çoğunlukla menüde sabit bir temel yapı korunurken, mevsimsel uyarlamaların sınırlı şekilde yapıldığını vurguladığını göstermektedir.

4.1.2. İşletmenin Sürekliliğine İlişkin Bulgular

İşletmenin sürekliliğine ilişkin bulgular, "İşletmeyi Farklılaştıran ve Tercih Edilmesini Sağlayan Unsurlar" ile "İşletmelerin Yıllar İçinde Karşılaştıkları Zorluklar" tabloları aracılığıyla incelenmiştir.

Tablo 7. İşletmeyi Farklılaştıran ve Tercih Edilmesini Sağlayan Unsurlar

İşletmelerin Rekabet ve Sürdürülebilirlik Faktörleri	Katılımcı Kodu	Frekans	Yüzde
Ürün Kalitesini Koruması	K5, K6, K9, K10, K11, K12, K13	7	20,00
Personel Sürekliliği ve Kurumsal Bağlılık	K3, K5, K6, K11, K12, K13	6	17,42
Lezzet Tutarlılığı ve Marka Kalıcılığı	K1, K3, K8, K10, K12, K13	6	17,42
İşletme Sahiplerinin Aktif Yönetim Rolü	K3, K4, K11, K12	4	11,42
Köklü Bir İşletme Olması	K2, K3, K7	3	8,57
Şubeleşmemiş Olması	K3, K11, K12	3	8,57
Müşteri Odaklı ve Özverili Hizmet Kültürü	K4, K10	2	5,71
Mesleki Tecrübe	K11, K12	2	5,71
Aile İşletmesi Olması	K1, K5	2	5,71
İşletmelerin Tercih Edilmesindeki Nedenler			
Geleneksel ve Kaliteli Malzeme Kullanımı	K2, K5, K6, K7, K9, K12, K13,	7	17,5

Yemeklerin Lezzetli Olması	K1, K2, K4, K8, K10, K13	6	15,0
Nostaljik Lezzet Deneyimi	K4, K5, K7, K11, K13	5	12,5
Hijyenik Olması	K6, K11, K13,	3	7,5
Misafir Odaklı Hizmet Kültürü	K3, K10, K11	3	7,5
Personelin Güler Yüzlü Olması	K1, K4, K11	3	7,5
Samimi ve Sıcak İşletme İmajı	K1, K5, K10	3	7,5
İşletme Güvenirliği ve Sadakat	K2, K3, K6	3	7,5
Sağlıklı Ürün Kullanımı	K5, K13	2	5,0
Geleneksel Türk Mutfağının Korunması ve Sürdürülebilirliği	K9, K12	2	5,0
Fiyatların Ulaşılabilir Olması	K8	1	2,5
Dünyaca Bilinen Ödüllere Sahip Olması (Michelin ve Gault & Millau)	K11	1	2,5
Manzarasının Güzel Olması	K2	1	2,5

İşletmeleri rakiplerinden ayıran ve uzun yıllar ayakta kalmalarını sağlayan faktörler arasında, müşteri odaklı ve özverili hizmet kültürü, mesleki tecrübe ve aile işletmesi olması, katılımcılardan en az geri dönüş alınan ifadeler olmuştur. Katılımcıların ifadelerine göre, işletmelerde ürün kalitesini koruma teması (%20,00) en öncelikli unsur olarak öne çıkmaktadır. Bu durum lezzet, tazelik ve kalite sürekliliğinin müşteri memnuniyeti ve marka güveni açısından kritik olduğunu göstermektedir. K13, bu konuyu şu şekilde ifade etmiştir: *“Tatlılarımızda hâlâ şeker kullanıyoruz. Bunu söylemek tuhaf geliyor aslında ama ne yazık ki günümüzde orijinal ürün kullanımı çok azaldı; mesela fıstık yerine bezelye kullanımı arttı. Dedemin, babamın lafı: Kendi mutfağında kullanmayacağın malzemeyi dükkâna sokmayacaksın.”* Diğer öne çıkan temalar ise, personel sürekliliği ve kurumsal bağlılık ile lezzet tutarlılığı ve marka kalıcılığı (%17,42) olup işletmenin operasyonel istikrarı ve gastronomi kimliğinin korunmasında önemli rol oynamaktadır. Katılımcılardan bazıları (K3, K5, K11, K12), işletmelerinin bir nevi okul olarak hizmet ettiğini ve çalışanlarının çok uzun zamandır birlikte bir aile gibi çalışmaya devam ettiklerini belirtmiştir. K12, *“işletmede 45-50 yıldır çalışan ustaların olduğunu ve bazı ustaların çalışırken vefat ettiklerini”* ifade etmiştir.

Araştırmada katılımcılara yöneltilen *“İşletmenizin Yıllar İçinde Bölge\Semt İl kültürüne veya topluma nasıl katkıları oldu?”* sorusuna verilen yanıtlarda, katılımcılar işletmelerinin toplum üzerindeki etkilerini farklı açılardan ifade etmiştir. K1, *“Neredeyse bütün misafirlerimizin isimlerini, yaptıkları işleri biliyoruz. Birçoğunun oturduğu evin adresini çocuklarının ismine kadar biliyoruz. Bu bağlamda bence geleneksel olarak Türk geleneklerine uygun eski mahalle kültürünü yaşattığımızı inanıyorum.”* şeklinde yanıt vermiştir. K2, K10 ve K13 ise buldukları semtte geliş nedeni oluşturduklarını, işletmelerine gelen kişilerin çevre esnaftan alışveriş yaparak yerel hareketliliğe katkı sağladığını ifade etmiştir. K11 ve K12, işletmelerinin uzun yıllardır eleman çalıştırdıklarından dolayı istihdam yarattıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca, K3, K5, K6, K8 ve K12 işletmelerinin Türk mutfağının tanıtımında bir misyon üstlendiğini vurgulamışlardır. K3, *“Bu işletmede ülke tanıtımı yaptığımızı düşünüyorum çünkü buraya toplumun her kademesinden insan gelir. Siyasiler de gelir, komutanlar da gelir, iş adamları gelir. İşletmenin bu konuda bir misyonu var. Ayrıca havaalanına yakın olduğu için birçok yabancı turistte gelir.”* şeklinde cevap vermiştir. K4 ise geçmişten günümüze insanların hayatlarında hep bir parça olarak var olduklarını dile getirmiştir. K7, *“Günümüzde sosyal meydanın yaptığını geçmişte restoranlar, meyhaneler yapardı. Bu masalarda birçok dostluk arkadaşlık kurulmuştur.”* demiştir. K9, insanların güvenle yemek yiyebileceği bir ortam sunduklarını söylerken K3, K5, K10, K12 ise yıllardan beri aynı işletmelerden alışveriş yaptıklarından dolayı küçük esnafa katkıda bulduklarını ayakta kalmalarına yardımcı olduklarını ifade etmiştir.

Tablo 8. İşletmelerin Yıllar İçinde Karşılaştıkları Zorluklar

Karşılaşılan Zorluklar	Katılımcı Kodu	Zorlukların Türü	Frekans	Yüzde
Ülke Ekonomisindeki Ani Değişimler	K1, K2, K4, K6, K9, K11, K13	Ekonomik	7	25,92
Pandemi Sürecinin İşletmeler Üzerindeki Etkisi	K2, K3, K5, K6, K11, K12	Toplumsal, Ekonomik,	6	22,22
Hammadde Fiyatlarındaki Dalgalanmalar	K1, K9, K10, K11	Ekonomik	4	14,81
Talep Belirsizliği	K1, K12	Ekonomik	2	7,40
Malzeme Kalitesindeki Bozulma	K8, K10	Ekonomik	2	7,40
Nitelikli Eleman Bulma Sıkıntısı	K5, K7	Sektörel	2	7,40
1980'li Yıllarda Yaşanan Siyasi Kargaşalar	K12, K13	Siyasi	2	7,40
Turist Talebindeki Düşüş	K5	Ekonomik	1	3,70
Müşteri Profili Değişimi	K7	Toplumsal	1	3,70

Tablo 8'de işletmelerin ilk açıldıkları günden beri karşılaştıkları çeşitli zorluklar listelenmiştir. Tabloda yer alan verilere göre, katılımcıların en fazla dile getirdiği zorluk, ülke ekonomisindeki ani değişikliklerin işletmeleri yakından etkilemesidir. Bunun yanı sıra, işletmelerin en çok zorlandıkları durumlardan biri de pandemi sürecinde yaşadıkları zorluklardır. Pandemi sürecinde, işletmelerin süreçle ilgili ne yapacaklarını kestirememeleri, onları birçok açıdan zor durumda bırakmıştır. Buna ilişkin K3, K5 ve K12 katılımcıları, işletmelerin aile işletmesi olmasının faydasını gördüklerini ve dayanışma ile o günleri atlattıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca, Türk mutfağının yapısı gereği tencere yemeği sunan işletmelerde, müşteri gelmediği durumlarda ürünlerin doğrudan zayı olduğunu ve bunun da maliyet oluşturduğunu belirten K1 ve K12, bu nedenle geleneksel Türk mutfağını sunan işletme sayısının azaldığını, kebabçıların sayısının ise her geçen gün arttığını vurgulamışlardır.

4.1.3. Türk Mutfağının Değişim ve Gelişimine İlişkin Bulgular

Bu bölümde Türk Mutfağında yaşanan değişimler ve İşletmelerin Geleceğe Yönelik Beklenti ve Hedefleri tabloları yer almaktadır.

Tablo 9. Türk Mutfağında Yaşanan Değişimler

Türk Mutfağının Sektörel Gelişimin Durumu	Katılımcı Kodu	Frekans	Yüzde
Tekelleşme Eğiliminin Sektörel Gelişimi Olumsuz Etkilemesi	K1, K6, K8	3	23,07
Geleneksel Lezzetlerin Popüler Kültürle Baskılanması	K5, K7, K12	3	23,07
İşletmelerin Piyasa Koşullarına Karşı Dayanaksızlığı	K4, K9	2	15,38
Akdeniz Mutfaqlarıyla Karşılaştırıldığında Deniz Ürünleri Potansiyeli Düşüklüğü	K2	1	7,69
Türk Mutfağının Uluslararası Tanınırlık Sorunu	K3	1	7,69
Sosyal Medya ile Artan Bilinirlik	K10	1	7,69
Geleneksel Mutfak Kültürüne Artan İlgi	K11	1	7,69
Türk Mutfağının Temel Çizgisini Koruması	K13	1	7,69
Türk Mutfağına Yönelik İlginin Zaman İçindeki Değişimi			
90'lı yıllardan sonra Geleneksel Mutfak Kültüründe Gerileme	K2, K7, K9, K12	4	30,76
Türk Mutfağının Tüketici Profilindeki Değişim	K1, K10	2	15,38
Mutfağın Tüketim Motivasyonundaki Dönüşüm	K3, K6	2	15,38
Türk Mutfağına Yönelik İlginin Artışı	K4, K13	2	15,38
Türk Mutfağının Popüler Kültür Karşısındaki Gerilemesi	K5	1	7,69
Bilgi ve Görüş Yetersizliği	K8	1	7,69
Geleneksel Lezzetlerin Kalite Kaybı	K11	1	7,69

Türk Mutfağına İlişkin Tüketici Eğilimleri			
Karın Doyurma Odaklı Tüketim Eğilimi	K3, K5, K6, K9	4	30,76
Modern Mekânlara Talep Artışı	K4, K12, K13	3	23,07
Sunum ve Estetiğin Öne Çıkması	K8, K10, K11	3	23,07
İşletmelerin Üç Öğün Hizmete Yönelmesi	K1	1	7,69
Ana Yemekten Hafif Atıştırmalıklara Kayış	K2	1	7,69
Geleneksel İlgi ve Eğilim Sürekliliği	K7	1	7,69
İşletmelerin Türk Mutfağının Tanıtım ve Korunmasındaki Rolü			
Türk Mutfağı Kültürel Mirasının Aktarımı	K1, K2, K3, K4, K7, K8, K11, K12	8	61,53
Türk Mutfak Kültürünün Korunması ve Uluslararası Tanınırlığının Artırılması	K5, K6, K9, K10, K13	5	38,46

Tablo 9’da Türk mutfağının sektördeki gelişimine ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Tabloda en fazla katılım gösterilen ifade, Tekelleşme Eğiliminin Sektörel Gelişimi Olumsuz Etkilemesi ifadesi olmuştur. K3, “*Türk mutfağı yurt dışında ne kadar yer buluyor ona bakmak lazım bence. Yoksa bizim çok zengin bir mutfağımız var. Bu noktada Lokantaların ilk açıldığı günden günümüze geçen 80 yıl içinde karın doyurmak için gidilen bir yer olmaktan keyif için gidilen bir yer haline geldi.*” şeklinde belirtmiştir. K13 ise “*Zaman zaman yeni trendler çıksa da örneğin bir zamanlar lahmacuncular daha sonra kebabçılar modaydı günümüzde ise kafe restoran tarzı işletmeler moda fakat Türk mutfağının standart bir yeri var ve zaman içinde insanlar Türk mutfağına geri dönüyorlar*” diye ifade etmiştir. Türk Mutfağına olan ilgide zaman içinde meydana gelen değişimler konusunda katılımcılar arasında fikir ayrılıkları olduğu tabloda görülmektedir. K3 ve K6, eskiden yemek yemenin karın doyurmak için yapıldığını, ancak günümüzde zevk için Türk mutfağını sunan lokantaların tercih edildiğini belirtirken; K1 ve K10, eskiden daha nezih bir kesim tarafından tercih edilen Türk mutfağının, günümüzde daha geniş kitleler tarafından tüketildiğini ifade etmiştir. “*Türk mutfağında tüketici eğilimlerinde yaşanan değişimler var mı varsa siz işletme olarak bunlara ne kadar uyum sağlıyorsunuz*” sorusuna katılımcılardan gelen ortak yanıt, Türk mutfağında zaman içinde yeni trendler ortaya çıksa da işletmelerin özlerinden sapmadıkları ve yeni eğilimlere uyum sağlamadıkları yönünde olmuştur. K11, “*Türk mutfağına ilişkin tüketici eğilimlerinde değişimler var, evet ancak biz zaten özümüzü bozmadığımız için insanlar süreçte öze dönüş sağlıyorlar.*” şeklinde ifade etmiştir.

Tablo 10. İşletmelerin Geleceğe Yönelik Beklenti ve Hedefleri

İşletme Beklenti ve Hedefleri	Katılımcı Kodu	Frekans	Yüzde
Kalitenin Korunarak Sürdürülmesi	K1, K2, K3, K5, K6, K9, K10, K11, K12	9	69,25
Kurumsal Büyüme ve Şubeleşme	K4, K7, K8	3	23,07
Türk Mutfağının Uluslararası Tanıtımında Öncülük	K13	1	7,69

Tablo 10’da yer alan verilere göre katılımcıların %69,25’i, işletmelerinin mevcut kalitesini koruyarak gelecekte de varlıklarını sürdürmek istediklerini belirtmiştir. K3, bu noktada “*çıtayı bugünkü yerde koruyabilmek*” ifadesini kullanırken, K5 “*Gelecekteki hedefimiz büyümekten ziyade bu mutfağı koruyup yaşatmaktır.*” şeklinde görüş bildirmiştir. Ayrıca, işletmeler şubeleşme konusunda bayilik vermek yerine aile işletmesi olarak büyümeyi tercih ettiklerini, bunun sebebi olarak da başka birisine güvenmediklerini ifade etmişlerdir. K13, Türk mutfağının yabancı turistlere tanıtılması noktasında geleneksel Türk mutfağını sunan işletmelerin önemli rol oynadığını vurgulamış ve Gastronomi Bakanlığı’nın kurulmasının ardından, yabancı turistlere Türk mutfağını tanıtmaya sürecinde kendisi gibi yüzyıllık işletmelerin yer alması gerektiğini ifade etmiştir.

5. Sonuçlar ve Öneriler

Bu araştırma, Cumhuriyet döneminde kurulan ve günümüzde faaliyet gösteren restoran işletmelerinin toplumsal ve kültürel rollerini, uzun yıllar ayakta kalmalarını sağlayan faktörleri ve bu işletmelerin kültürel mirasın sürdürülmesindeki katkısını ortaya koymaya çalışmaktadır. Elde edilen bulgular, işletmelerin uzun yıllar ayakta kalmasında kaliteli ve taze ürün kullanımı, lezzet tutarlılığı, personel sürekliliği ve aktif yönetim rolü gibi unsurların belirleyici olduğunu göstermektedir. Menü ve hizmetlerde yapılan değişiklikler, modern gastronomi trendleri ve müşteri beklentilerine uyum sağlarken, işletmeler geleneksel Türk mutfağı öğelerini ve özgün reçeteleri koruyarak mutfağın sürekliliğine katkıda bulunmaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğu, işletmelerinin öncelikli amacının yüksek kâr elde etmek olmadığını, aksine dededen, babadan kalan işletme geleneğini sürdürmek ve Türk mutfak kültürünün devamlılığını sağlamak olduğunu ifade etmiştir. Bu sonuç Kara ve Türkay'ın (2024) yapmış olduğu çalışmadaki "*kendilerine kalan mirasa sahip çıkmakta hem de kendinden sonra gelecek çocuklarına ve torunlarına uygun koşulları oluşturmaya çalışmaktadırlar.*" sonucuyla benzerlik göstermektedir. Araştırma bulguları, örnekleme oluşturan işletmelerin geleneksel Türk mutfağının yaşatılması ve sürdürülmesinde önemli katkılarda bulunduğunu ortaya koymaktadır. Görüşmeler sırasında dikkat çeken bir diğer husus, işletme sahiplerinin her türlü işleyişle yakından ilgilenmeleri ve işin başında aktif olarak bulunmalarıdır. Özellikle üçüncü kuşak işletme sahiplerinin, işletmenin işleyişini ortaklaşa yürütmeleri ve muhasebe gibi farklı departmanlarda görev üstlenmeleri, aile işletmesi olmanın getirdiği özveriye ve bağlılığı göstermektedir. Bu durum, işletme sahiplerinin işlerine olan bağlılıklarını ve işletmelerinin başarılarını sürdürme kararlılıklarını açıkça yansıtmaktadır.

Günümüzde hizmet sektöründe personel devir hızı oldukça yüksek olmasına rağmen, örnekleme dahil edilen işletmelerde çalışanların uzun süreli istihdamı, müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesini olumlu yönde etkilemektedir. Bu bulgu, Albayrak (2014) ile Bucak ve Turan'ın (2016) çalışmalarıyla paralellik göstermektedir. İşletmeler, ürün kalitesinin korunması açısından uzun yıllardır aynı esnaf ve tedarikçilerle çalıştıklarını, hammadde temininde kolay kolay değişikliğe gitmediklerini belirtmişlerdir. Bu yaklaşım, yalnızca ürün kalitesinin sürdürülmesine katkı sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda esnafa ekonomik destek sağlamakta ve istihdam yaratmaktadır. Ayrıca restoranların buldukları semtlere sağladığı ekonomik ve sosyal hareketlilik, işletmelerin uzun yıllar aynı bölgede varlık göstermesiyle toplumsal bağların güçlendirilmesine de katkıda bulunmaktadır.

Katılımcılarla yapılan görüşmeler neticesinde işletmelerin menülerinde yer alan yemekleri ilk günkü reçetelerine sadık kalarak hala aynı şekilde pişirip servis ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum aslında Türk mutfağının orijinal reçetelerin korunması ve sürdürülmesi noktasında oldukça kıymetlidir. 1980'li yıllardan sonra Fast-food tüketiminde yaşanan artış ve globalleşme ile birçok farklı mutfağın Türkiye'de hizmet vermesi ile yemek tercihleri de bu değişimlerden oldukça etkilenmiştir. Bu durum geleneksel Türk mutfağının korunması ve yaşatılmasına zarar vermektedir. Bu noktada geleneksel Türk mutfağı sunan işletmelerin varlığı kıymetlidir. Genç ve diğerleri (2023) tarafından yapılan çalışmada benzer sonuçlara dikkat çekilmiştir. Benzer şekilde Akdemir vd. (2024) tarafından yapılan çalışmada esnaf lokantalarının kuşaktan kuşağa aktarılması ve kültürel bir unsur olması Türk mutfağının sürdürülebilirliğinde önemli görevler üstlendiğini belirtilmiştir. Araştırmada ayrıca, işletmelerin menülerinde büyük değişiklikler yapmaktan kaçındıkları ve mevsimsel ürün kullanımına özen gösterdikleri belirlenmiştir. Örneğin bamya, kereviz, pırasa gibi mevsimsel ürünler genellikle mevsim dışında kullanılmazken; domates, patlıcan, biber gibi sebzeler, yıl boyunca temin edilerek menülerde kullanılmaya devam edilmektedir. Fakat yemek çeşitliliği oldukça fazla olduğundan, her gün aynı çeşit tencere yemeği sunulmak yerine haftanın belirli günlerinde menülerde değişiklikler yapılabilmektedir. Araştırma sırasında elde edilen bir diğer veri ise işletmelerin bazılarının kışlık hazırlık olarak komposto gibi ürünlerini yapıp yıl boyunca kullanmaya devam ettikleridir. Bu durum, evlerde olduğu gibi konserve yaparak mevsiminde ürün kullanımına verdikleri önemi göstermektedir.

1950'lerden itibaren yaşanan dış göçler, kentleşme süreci ve modernleşme, Türkiye'de mutfak kültürünün evriminde belirleyici olmuştur. O dönemde dışarıda yemek yeme, yalnızca zorunlu durumlarda gerçekleştirilen bir eylem olarak görülmüş ve dışarıda yemek yenilebilecek mekânlar sınırlı ve işlevsel olmuştur (Samancı, 2015). Bu bağlamda, o yıllarda açılmış ve günümüzde hâlâ faaliyet gösteren geleneksel Türk mutfağı sunan işletmelerin varlığı, Türk mutfağının sürekliliği ve bilinirliği açısından kritik öneme sahiptir. Elde edilen veriler, 1950'lerdeki yemek hazırlama alışkanlıkları ve pişirme yöntemlerindeki değişimlerin, işletmelerin kömürlü fırından gazlı fırına geçişi gibi uygulamalarla etkilenmiş olduğunu ortaya koymaktadır. Buna karşın, bakır tencere gibi bakımı zor ekipmanların hâlâ kullanılması, orijinal tada sadık kalınmasını sağlamaktadır. Bu veriler, Karaman (2023)

tarafından yapılan çalışmada 1950'lerdeki yemek hazırlama alışkanlıkları, pişirme yöntemleri ve yeme-içme alışkanlıklarında yaşanan dönüşümler geleneksel ve modern unsurların bir araya geldiği bir mutfak kültürü oluşturmuştur. İfadeyle desteklenmektedir. Araştırmaya dahil edilen işletmeler hem geleneksel pişirme yöntemlerinin korunmasına hem de kültürel mirasın gelecek kuşaklara aktarılmasına katkıda bulunmaktadır. 1960'lı ve 1970'li yıllarda, Türkiye'deki restoran işletmeleri açısından önemli bir dönüm noktası olmuştur. Çünkü bu yıllarda turizmin ve küreselleşmenin etkisiyle yiyecek içecek sektöründe büyük değişiklikler yaşanmıştır. Ayrıca iletişim imkânlarının artması televizyon radyo ve sonrasında internet gibi iletişim araçlarının yaygınlaşması Türkiye'nin her bir köşesinde pişirilen geleneksel yemeklerden haberdar olunmasını sağlayarak Türk mutfağının zenginliğine ve çeşitliliğine katkıda bulunmuştur. Bu bağlamda restoran işletmelerin bu yemeklere menülerinde yer vermesi müşteriler açısından yabancılaşma oluşturmamış benimsenmesini sağlamıştır.

Cumhuriyet tarihi boyunca yaşanan ekonomik, siyasi ve sosyal krizler ile son olarak Covid-19 pandemisi, Türk mutfağı sunan işletmeler üzerinde olumsuz etkiler yaratmıştır. Görüşmeler, işletmelerin bu zorluklarla başa çıkabilmesinde en önemli etkenin, aile mirasına sahip çıkma ve geleneksel Türk mutfağını sürdürme çabaları olduğunu ortaya koymaktadır. İşletmeler, zor dönemlerde bile kalite ve lezzet sürekliliğini koruyarak, menülerini geleneksel tatlar ekseninde güncellemiş ve personel bağlılığını sürdürmüştür. Bu sonuç, Taner ve Çetin (2023) tarafından yapılmış olan çalışmadaki *işletmeler sorunlar yaşamalarına karşın Türk yemek kültürünü yansıtan mutfaklarını sürdürme azmini taşımaktadırlar*. Sonucuya ve Genç vd. (2023) tarafından yapılan çalışmada vurgulanan, benzer zorlukların restoran sahiplerini daha dayanıklı, esnek ve yenilikçi olmaya ittiği sonucuyla paralellik göstermektedir. Böylece, aile işletmelerinin kültürel mirası koruma çabası hem işletme sürdürülebilirliği hem de Türk mutfağının sürekliliği açısından kritik bir rol oynamaktadır.

Katılımcılarla yapılan görüşmelerde, Anadolu Mutfağı, Osmanlı Mutfağı, İstanbul Mutfağı gibi farklı mutfak isimlerinin sıklıkla dile getirildiği gözlemlenmiştir. Bu bağlamda, işletmelerin Türk Mutfağı kavramını benimseyerek tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde bu kavramın içselleştirilmesi gerektiği düşünülmektedir. Ayrıca günümüzde sosyal medyanın varlığı, Michelin ve Gault & Millau gibi ödül sistemlerinin olması ve örnekleme dâhil edilen işletmelerden bazılarının bu ödüllere sahip olması geleneksel Türk mutfağı sunan işletmelerin bilinirliğine ve tanıtılmasında oldukça yararlı olacaktır. Fakat işletmelerin sosyal medya hesaplarına gerektiği kadar önem vermedikleri ve bu ödülleri aldıklarına dair tanıtım yapmadıkları tespit edilmiştir. Görüşme sırasında işletmelerin ifade ettikleri durumlardan birisi de reklam ve tanıtım faaliyetlerine çok fazla önem vermedikleridir. Bu noktada İstanbul'da sınırlı sayıda kalan geleneksel Türk mutfağı sunan işletmelerin bilinirliğinin artırması için reklam ve tanıtım faaliyetlerini artırmalarının önemli olduğu düşünülmektedir.

Bu bulgular doğrultusunda aşağıdaki öneriler geliştirilebilir:

1. Restoranların, geleneksel tarifleri ve yöntemleri koruma konusundaki hassasiyetleri desteklenmelidir. Yerel yönetimler, bu işletmelerin kültürel mirası sürdürebilmesi için teşvikler ve programlar sunmalıdır.
2. Restoranlarda belirli aralıklarla unutulmaya yüz tutmuş Türk mutfağına ait reçetelere yer vermeli ve bunların sosyal medya üzerinden tanıtımı yapılarak gün yüzüne çıkarılması sağlanmalıdır.
3. Restoranlar menülerinde sundukları yemeklerin hangi yöreye ait olduğunu ve kültürel özelliklerini vurgulayan bilgilere yer vermelidir. Böylelikle yöresel mutfak kültürünün bilinirliğine de katkı sağlanmalıdır.
4. Restoranların yerel ve mevsimsel ürün kullanımı teşvik edilmeli, sürdürülebilirlik esasına dayalı tedarik zincirleri oluşturulmalıdır.
5. Geleneksel Türk mutfak kültürünün korunması ve yaşatılması amacıyla menülerinde yer alan her bir yemeğin reçetesi tescillenmeli ve kayıt altına alınmalıdır.
6. Türk mutfağının bilinirliğinin artırılması ve yaşatılması açısından üniversitelerin gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencileri ile açılış programı öğrencilerinin bu tür işletmelerde staj yaptırılması ve sonrasında istihdam edilmesi sağlanmalıdır.
7. İşletmeler tanıtım için sosyal medyayı aktif olarak kullanması ve sosyal medyada paylaşım yaparken yemeklerin hikâyesi, tarihi ve kültürel değeri ile ilgili bilgilere yer vermesi önerilmektedir.
8. Bu restoranların ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtılması için gastronomi turizmi kapsamında planlamalar yapılmalıdır. Sosyal medya ve dijital platformlar bu tanıtımda etkin bir araç olarak kullanılmalıdır.
9. Bu işletmelerin varlıklarını sürdürmek maksadıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından korunma altına alınması, gelen turistlere Türk mutfağının tanıtılması amacıyla bu işletmelere götürülmesi sağlanmalıdır.

10. Bu işletmelerin uzun vadede ayakta kalabilmeleri için yalnızca kriz anında değil, işletmelerin rutin ihtiyaçlarını desteklemek adına maddi teşvikler sağlanmalıdır. Örneğin, yerel yönetimlerin iş birliği ile düşük faizli kredi programları veya işletme masraflarını azaltmaya yönelik vergi indirimleri uygulanabilir. Ayrıca, uzun ömürlü işletmelerin kültürel bir değer olarak kabul edilmesiyle, kültürel miras desteklerinden yararlanmaları teşvik edilebilir.

Araştırma literatürde, uzun ömürlü yiyecek-içecek işletmelerinin toplumsal, ekonomik ve kültürel bağlamda incelenmesi konusunda mevcut olan sınırlı çalışmalara katkı sağlamaktadır. Bu araştırma, söz konusu işletmelerin tarihsel süreçleri, kültürel değerleri ve topluma olan etkileri üzerine derinlemesine bir analiz sunarak literatürdeki bu boşluğu doldurmayı hedeflemektedir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, bu alanda çalışma yapmak isteyen araştırmacılar için önemli çıkarımlar sunmaktadır.

Kaynaklar

- Akın, G. & Özkoçak, V., Gültekin, T. (2015). Geçmişten Günümüze Geleneksel Anadolu Mutfak Kültürünün Gelişimi. *Anthropology*(30), 33-52. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/645245>
- Akdemir, N., Yüksel, C., Ercelep, B., & Gökşun, A. C. (2024). İstanbul'un Meşhur Esnaf Lokantalarının Geleneksel Yiyecek Kültürü: Menü İçerik Analizi. *Journal of Travel and Tourism Research*, 25(25), 281-295.
- Albayrak, A. (2014). Müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen faktörler: İstanbul örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(2), 190-201. doi:10.17123/atad.vol25iss255949
- Aldemir, N. & Sormaz, Ü. (2021). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Bir Asrı Aşan Tecrübe: Asırlık Restoranlarımız. *Aydın Gastronomi*, 71-80. doi: 10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v05i1006
- Altunışık, R., Gegez, A. E., Sığı, Ü., Koç, E., Yüksel, A., Boz, H. & Yıldız, E. (2023). *Perspektifler, Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Yeni*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Aydın, R. (2023). Osmanlı'dan Cumhuriyete Değişen Sofralar: Yemek ve Âdâb-ı Muâşeret. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(4), 1583-1594. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2977325>
- Batu, A. (2024). Türk Tarihinde Gastronomi Kültürü. *Gastro-World*(4), 1-9. doi:10.5281/zenodo.13919551
- Boztepe, E. & Şengül, S. (2024). Türk Mutfak Tarihi. S. Şengül (Ed.) içinde, *Tarihsel ve Kültürel Boyutlarıyla Türk Mutfağı* (s. 34-58). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bucak, T. & Turan, Ö. (2016). Restoranlarda Hizmet Kalitesinin Misafir Memnuniyetine Etkisi: Çanakkale Merkezinde Bir Araştırma. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 8(49), 287-304. doi:10.9761/JASSS3540
- Çavuş, O. & Nazik, M. H. (2022). Michelin Yıldızlı Restoranların Başarı Faktörlerinin ve Standartlarının Belirlenmesi: İspanya San Sebastian Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 137-161. doi:10.32572/guntad.993924
- Dilsiz, B. (2010). Türkiye'de Gastronomi Ve Turizm (İstanbul Örneği). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği A.B.D., İstanbul.
- Doğan, F. (2008). Osmanlı Devleti'nde Zeytinyağı Üretimi ve Tüketimi. A. Bilgin, ve Ö. Samancı içinde, *Türk Mutfağı* (s. 231-241). Ankara, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları. <https://ekitabim.ktb.gov.tr/kitap/detay/130> adresinden alındı
- Ekşi, A., Sırlıklı, İ. K. & Güneş, E. (2023). Cumhuriyet Döneminde Yemek ve Sofra Kültürü. D. Güney içinde, *Cumhuriyetin 100. Yılında Güzel Sanatlar* (s. 11-21). İstanbul: İstanbul Topkapı Üniversitesi Yayınları.
- Erkara, O. (2010). *100 Tarihi Lokanta*. İstanbul: Cinius Yayınları - Çağdaş Türk Yazarları Dizisi.
- Eryılmaz, M. (2022). Asırlık Türk Firmaları Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 5(3), 519-543. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2720188>
- Genç, G., Akyürek & S., Kızılcık, O. (2023). Cumhuriyetin 100. Yılında restoran işletmeleri: Gelişimsel süreç ve önemli olaylar. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(49-1), 559-578. doi:10.31795/baunsobed.1353585
- Göde, M., Sayarı, B. & Ekincek, S. (2023). Bir Cumhuriyet Dönemi İçeceği Olarak Çayın Türk Toplumundaki Yolculuğu. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 1233-1252. doi:10.33083/joghat.2023.333
- Healy, J. J. (2014). Craving Success: Introduction to Critical Success Factors in the Restaurant Industry and an Overview of two Successful Restaurateurs. *Dublin Gastronomy Symposium*. Retrieved from: <https://arrow.tudublin.ie/cgi/viewcontent.cgi?article=1037&context=dgs>
- Hernández-Rojas, R. D. & Alcocer, N. H. (2021). The role of traditional restaurants in tourist destination loyalty. *Plos One*, 16(6), 1-19. Retrieved from: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0253088>
- İbiş, S. (2021). İstanbul'daki Asırlık Restoranlar ve Bu Restoranlara Yönelik Çevrimiçi Yorumların İncelenmesi. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 127-139. doi:10.29226/TR1001.2020.254
- Kara, C. & Türkay, O. (2024). İstanbul'un Yöresel Lezzetleri ve Gastronomi Kimliğine Katkıları Bakımından İncelenmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 108-133. doi:10.32572/guntad.1333329
- Karaman, N. (2023). Orta Asya'dan Cumhuriyet dönemi Türkiye'sine: Tarihsel süreç içerisinde Türk Mutfak Kültürünün Gelişimi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(49-1), 595-610. doi:10.31795/baunsobed.1354735
- Kasar, H. (2021). Türk Mutfak Kültürü Evreleri ve Mutfak Sentezinin İncelenmesi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 11(2), 347-358. doi: 10.14230/johut960
- Kızıldemir, Ö., Öztürk, E. & Saruışık, M. (2017). Cumhuriyet Dönemi Türk Mutfak Kültürünün Özellikleri ve Yaşanan Değişimler. *VI. Ulusal II. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu* (s. 349-356). Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu.

- Korkmaz, E. (2010). Geçmişten Günümüze Restoranlar: Türkiye’de Restorancılığın Gelişimi. V. *Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*, (s. 120-130). Nevşehir. Erişim adresi: https://www.academia.edu/10759579/Ge%C3%A7mi%C5%9Ften_G%C3%BCn%C3%BCm%C3%BCze_Restoranlar_T%C3%BCrkiye_de_Restoranc%C4%B1%C4%B1%C4%9F%C4%B1n_Geli%C5%9Fimi
- Kozak, M. (2017). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayın Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Öztürk, Y. (2021). Geçmişten günümüze Türk mutfak kültürü üzerine bir değerlendirme. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 8(67), 582-590. doi: 10.26450/jshsr.2360
- Pala, K. (2023). Cumhuriyetle Birlikte Anadolu Mutfak Kültüründe Yaşanan Değişim ve Gelişimin Değerlendirilmesi. M. Yıldırım içinde, *Güncel Sosyal Bilimler Araştırmaları* (s. 63-74). İzmir: Duvar Yayınları.
- Pedani, M. P. (2022). *Osmanlı'nın Büyük Mutfağı*. (G. Şahin, Çev.) Ankara: Hece Yayınları.
- Sağır, A. (2012). Bir Yemek Sosyolojisi Denemesi Örneği Olarak Tokat Mutfağı. *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 7(4), 2675-2695. doi: 10.7827/TurkishStudies.3834
- Samancı, Ö. (2015). Yenileşme Ve Cumhuriyet Dönemlerinde İstanbul Mutfak Kültürü. C. Yılmaz içinde, *Büyük İstanbul Tarihi* (s. 200-215). İstanbul: İSAM & İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Kültür A.Ş.
- Samancı, Ö. (2018). Cumhuriyet Döneminde Türk Mutfak Kültürü . A. D. (Ed.) içinde, *Türk Mutfak Kültürü* (s. 86-105). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Sammells, C. A. & Searles, E. (. (2016). Restaurants, fields, markets, and feasts: Food and culture in semi-public spaces. *Food and Foodways*, 24(3-4), 129-135. Retrieved from: <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/07409710.2016.1210887?needAccess=true>
- Sırıklı, İ. K., Sormaz ve Ü., Kara, H. H. (2022). İstanbul'un Tarihi Bölgelerinde Bulunan Restoranların Gastronomi Turizm Bağlamında Turist Değerlendirmeleri. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(4), 1353-1363. doi: 10.33083/joghat.2022.205
- Solmaz, Y. & Altın, D. D. (2018). Türk Mutfak Kültürü Ve Beslenme Alışkanlıkları Üzerine Bir Değerlendirme. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 108-124. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/611111>
- Sükan, M. Ş. (2023). İstanbul Seçilmiş Restoranlarını Sürdürülebilir Başarıya Götüren Faktörlerin ve Stratejilerin İncelenmesi. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Gastronomi Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Symons, M. (2013). The rise of the restaurant and the fate of hospitality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 247-263. doi: 10.1108/0959611311301621
- Şahin, G. (2021). Cumhuriyet Dönemi Çanakkale’inde Gündelik Yaşamın Belirleyicisi Olarak Eğlence Mekanları (1923-1973). *Kültür Araştırmaları Dergisi*(11), 29-48. doi:https://doi.org/10.46250/kulturder.989776
- Şengül, S., Türkay, O. (2022). *Türkiye'nin Yöresel Mutfakları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Şimşek, N., Soylu, A. G. & Özkaya, F. (2020). Osmanlı İmparatorluğu’ndan İtibaren Anadolu ve Arap Yarımadası’nın Mutfak Etkileşimleri. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(3), 496-508. doi:10.24010/soid.725346
- Taner, B., & Çetin, Ş. (2023). Türk yemek kültüründe esnaf lokantaları. *Toros University Journal of Food Nutrition and Gastronomy*, 2(1), 21-32.
- Tutar, H. (2023). “Nitel Araştırma Deseni Belirleme Ölçütleri ve Gerekçendirilmesi”, *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25/1, 334-355.
- Ünsal, A. (2010). Geçmişten Günümüze İstanbul’un Lokantaları. A. E. Bilgili içinde, *Şehir ve Kültür: İstanbul* (s. 385-428). İstanbul: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı İstanbul Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü.
- Yargun, F. (2025). *Cumhuriyet Dönemi Kültür Ekseninde İstanbul’da Yeme İçme Alışkanlığının Mutfak Ve Mekanlar Üzerinde Değişimi (1923-1960)*. Ankara: Sonçağ Yayıncılık.
- Yetimoğlu, S. (2017). Restoran İşletmelerinde Otantizm Uygulamaları ve Otantik Pazarlama Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Örneği. Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Zencir, E. & Özel, Ç. H. (2019). Ankara’nın Efsane Lokantası Karpiç. *Dünden Bugüne Ankara Otel, Lokanta, Pastane, Turizm* (s.181-210), Detay Yayıncılık.
- URL-1 (2025), <https://www.100tarihilokanta.com/> (Erişim Tarihi: 31 Ocak 2025).
- URL-2 (2025), <https://www.orientexpressrestaurant.net/tarihce/> (Erişim Tarihi: 31 Ocak 2025).
- URL-3 (2025), <https://www.gaultmillau.com.tr/gault-millau-hakkinda/> (Erişim Tarihi: 31 Ocak 2025).
- URL-4 (2025), <https://www.gaultmillau.com.tr/gault-millau-turkiye-2025-rehberi-ikinci-edisyonuyla-gastronomi-dunyasinin-onde-gelen-isimlerini-agirladi/> (Erişim Tarihi: 31 Ocak 2025).
- URL-5 (2025), <https://www.beyazfirin.com/beyazfirin-hikaye> (Erişim Tarihi: 31 Ocak 2025).
- URL-6 (2025), <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/karpic-lokantasi> (Erişim Tarihi: 1 Şubat 2025).

URL-7 (2025), <https://www.100tarihilokanta.com/kanaat-lokantasi/>

Etik, Beyan ve Açıklamalar

1. Etik Kurul izni ile ilgili;
 Bu çalışmanın yazarları, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Rektörlüğü Etik Kurulu'nun 14.06.2024 tarih E. sE-26428519-050.99-129829 sayı ve 45/10 karar ile etik kurul izin belgesi almış olduklarını beyan etmektedir.
 2. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedir.
 3. Bu çalışmanın yazarları kullanmış oldukları resim, şekil, fotoğraf ve benzeri belgelerin kullanımında tüm sorumlulukları kabul etmektedir.
 4. Bu çalışmanın benzerlik raporu bulunmaktadır.
-