



ROTA Journal

Review of Tourism Administration Journal

Journal home page: www.rotajournal.org

ISSN: 2757-6205

GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA OTEL İŞLETMELERİ MENÜLERİNDE YER ALAN TÜRK TATLILARININ İNCELENMESİ¹

Mustafa Oğuzhan ERCAN^a



İlgin MUTLUBAŞ^b



^a İstanbul Rumeli Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, İstanbul, Türkiye (moguzhan.ercan@rumeli.edu.tr)

^b İstanbul Rumeli Üniversitesi, Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, İstanbul, Türkiye, (ilgin.mutlubas@rumeli.edu.tr)

MAKALE GEÇMİŞİ

ÖZ

Gönderim Tarihi:

26.11.2023

Kabul Tarihi:

25.12.2023

Anahtar Kelimeler:

Tatlı
Menü
Türk tatlıları
Gastronomi turizmi
Otel işletmeleri

Bir bölgenin mutfak kültürünün tanıtılmasında önemli bir rol oynayan paydaşlar arasında yer alan yiyecek ve içecek işletmelerinin, menülerinde yöresel ürünlere ne ölçüde yer verdiklerinin belirlenmesi, özel sektör ve kamu paydaşlarına çözüm önerileri sunulması açısından önemlidir. Bu araştırma kapsamında ise Türk mutfak kültüründe çeşitliliğe sahip olan Türk tatlılarının otel işletmeleri menülerinde ne düzeyde yer aldığı tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği tercih edilmiştir. Araştırma kapsamında elde edilen sonuçlar otel işletmelerinin menülerinde yabancı mutfaklara özgü tatlılara Türk tatlılarından daha fazla yer verdiğini göstermektedir. Bunun haricinde Türk mutfak kültüründe 250 adete yakın tatlı çeşidi olmasına rağmen araştırmanın çalışma grubunda yer alan otel işletmelerinin bu tatlılardan yalnızca 34 adetini yer verdiği tespit edilmiştir. Katılımcılar tarafından bu hususun temel nedenlerinin personel nitelikleri, sağlık kaygısı, beğeni, dekorasyon, hazır gıda üretimi, iş yükü, depolama koşulları ve maliyet kaynaklı olduğu belirtilmiştir.

*Sorumlu Yazar: Mustafa Oğuzhan ERCAN

E posta: moguzhan.ercan@rumeli.edu.tr

Önerilen atıf

Ercan, M. O. & Mutlubaş, I. (2023). Gastronomi turizmi kapsamında otel işletmeleri menülerinde yer alan türk tatlılarının incelenmesi. *Review of Tourism Administration Journal*, 4 (2), 80-95.

¹ Bu çalışma 7. Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları kongresinde özet bildiri olarak yayınlanmıştır.




Review of Tourism Administration Journal

Journal home page: www.rotajournal.org

ISSN: 2757-6205

EXAMINATION OF TURKISH DESSERTS IN THE MENUS OF HOTEL ESTABLISHMENTS WITHIN THE SCOPE OF GASTRONOMY TOURISM

Mustafa Oğuzhan ERCAN^a 

İlgin MUTLUBAŞ^b 

^a İstanbul Rumeli University, Vocational Scholl, İstanbul, Türkiye (moguzhan.ercan@rumeli.edu.tr)

^b İstanbul Rumeli University, Faculty of Art, Design and Architecture, İstanbul, Türkiye, (ilgn.mutlubas@rumeli.edu.tr)

ARTICLE HISTORY

Received:

26.11.2023

Accepted:

25.12.2023

Keywords:

Dessert
Menu
Turkish desserts
Gastronomy tourism
Hotel businesses

ABSTRACT

The identification of stakeholders, particularly food and beverage establishments, plays a crucial role in introducing the culinary culture of a region. Determining the extent to which regional products are featured in the menus of these establishments is vital for presenting solutions to both private and public stakeholders. In this research context, the aim is to examine the presence of Turkish desserts, which exhibit diversity in Turkish culinary culture, in the menus of hotel establishments. To achieve this goal, qualitative research methods, specifically the interview technique, have been employed. The results obtained in the research indicate that hotel establishments include more desserts specific to foreign cuisines in their menus compared to Turkish desserts. Additionally, despite the rich variety of approximately 250 desserts in Turkish culinary culture, the study found that the hotel establishments in the research group only feature 34 of these desserts. Participants identified the primary reasons for this observation as personnel qualifications, health concerns, taste preferences, decoration, ready-made food production, workload, storage conditions, and cost.

*Corresponding author: Mustafa Oğuzhan ERCAN

E posta: moguzhan.ercan@rumeli.edu.tr

Suggested citation

Ercan, M. O. & Mutlubaş, I. (2023). Gastronomi turizmi kapsamında otel işletmeleri menülerinde yer alan türk tatlılarının incelenmesi. *Review of Tourism Administration Journal*, 4 (2), 80-95.

GİRİŞ

21. yüzyılda insanların seyahat motivasyonları ekonomik, çevresel, psikolojik, siyasal ve sosyolojik sebeplerden dolayı değişim göstermiştir (Ölmez, 2017). Deniz, kum, güneş üçlüsüne odaklanan geleneksel seyahat anlayışının yanı sıra, spor, kültür, sağlık ve inanç turizmi gibi alternatif turistik ziyaretler giderek daha fazla ilgi görmeye başlamıştır. Bu alternatif turizm türleri arasında, özellikle gastronomi turizminin önem kazandığını ifade etmek mümkündür (Cömert ve Durlu-Özkaya, 2014). Çünkü turistik bölgeleri ziyaret eden insanların beklentileri içerisinde, turistik değerleri ve çeşitli kültürleri görmelerinin haricinde bölgeye özgü lezzetleri tanıma isteği yatmaktadır (Kesici, 2012).

Turistlerin destinasyon deneyimleri açısından, yiyecek ve içeceklerin belirgin bir rolü vardır. Ayrıca, birçok araştırma, yiyecek ve içeceklerin sadece insanların seyahat etmelerinde değil, aynı zamanda destinasyon seçimlerinde de önemli bir motivasyon kaynağı olduğunu ortaya koymuştur (Kim ve Eves, 2012:1458; Kim vd., 2009:427; Quan ve Wang, 2004:300). Gastronomi turizmi amacıyla seyahat eden turistlerin yanı sıra, farklı turizm motivasyonlarına sahip olan bireylerin de destinasyonlarına duydukları memnuniyet ve bağlılıkta yiyecek ve içeceklerin etkili olduğu bilinmektedir (Quan ve Wang, 2004:302; Kivela ve Crotts, 2005:51). Bu bağlamda, ülkelerin mutfak kültürlerini turistlere sunmanın önemli bir unsur olduğunu söylemek yerinde olacaktır.

Türk mutfağı, geçmişten bugüne tarımsal yapı, göçebe kültürlerin etkisi, diğer toplumlardan etkilenme, sosyo-ekonomik farklılaşma, toplumsal davranış kalıpları, bölgesel çeşitlenme ve toplu yemek geleneği gibi faktörlerin etkisiyle dünya çapında önemli bir mutfak kültürü haline gelmiştir (Güler, 2010). Ayrıca, gastronomi turizmi açısından çekicilik unsurlarına sahip bir mutfak olarak değerlendirilmektedir (Cömert ve Durlu-Özkaya, 2014). Türk tatlıları da yaklaşık 250 çeşit ürünle bu çekicilik unsurları arasında önemli bir yer tutmaktadır (Cebeci, 2019). Ancak, her ne kadar bir mutfak kültüründe çok sayıda ürün bulunsa da, bu ürünlerin etkili bir şekilde tanıtılması büyük önem taşımaktadır. Tanıtım süreci genellikle turistik faaliyet gösteren işletmeler aracılığıyla gerçekleşir (Ceylan ve Güven, 2018). Bir destinasyonda yer alan yiyecek ve içecekler, turistik işletmeler tarafından tanıtıldığında, bu sadece yeni bir pazar oluşturmakla kalmaz, aynı zamanda mevcut pazar potansiyeline olumlu bir katkı sağlar. Turistik işletmelerin, turist beklentilerini karşılayacak şekilde ürün ve hizmet sunmaları, destinasyonlara tekrar ziyaret eğilimini artırabilir ve bu da ekonomik kalkınmaya olumlu bir etki yapabilir (Sever ve Girgin, 2019). Bu nedenle, turistik işletmelerin menülerinde, buldukları ülkenin veya bölgenin özgün yiyecek ve içecek ürünlerine yer vermesi büyük bir öneme sahiptir.

İlgili yazında, bir bölgenin mutfak kültürünün tanıtılmasında önemli bir rol oynayan paydaşlar arasında, özellikle yiyecek ve içecek işletmelerinin menülerinde yöresel yemeklere ne ölçüde yer verdiklerinin belirlenmesinin, özel sektör ve kamu paydaşlarına çözüm önerileri sunulması açısından kritik olduğu vurgulanmıştır (İflazoğlu ve Yaman, 2020). Bu bağlamda, Türk mutfak kültüründe önemli bir yere sahip olan tatlıların otel işletmelerinin menülerinde ne düzeyde yer aldığı incelenmesi, araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır. İlgili literatürde genel olarak yöresel yemeklerin restoran menülerinde yer alma düzeyini inceleyen (Kızıllırmak, Albayrak ve Küçükali 2014; Mil ve Denk 2015; Kaya 2016; Büyüksalvarcı, Şapçılar ve Yılmaz 2016; Arıkan 2017; Özel, Yıldız ve Akbaba 2017; Özleyen ve Tepeci 2017; Kurnaz ve İşlek 2018; Yıldırım, Karaca ve Çakıcı 2018; Erdem, Mızrak ve Kemer 2018; Akkuş ve Şimşek 2019; Esen ve Seçim 2020; İflazoğlu ve Yaman 2020; Yılmaz 2020; Oğan ve Özkaya 2021; Kızıldemir ve Şimşek 2021; Demirtaş ve Ray 2022; Ercan, Erdoğan

ve Taş 2023) çalışmaların varlığından söz etmek mümkündür. Ancak bu çalışmanın özellikle yabancı turistlere hizmet veren otel işletmeleri menülerine yönelik yapılması ve tatlılar özelinde incelenmesinin gerek literatüre gerekse özel sektör paydaşlarına yapılan öneriler ile katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Gastronomi Turizmi ve Türk Tatlıları

UNWTO (2022) eğlenme amacıyla gastronomik destinasyonlara yönelik deneysel aktivitelerin tamamını gastronomi turizmi olarak tanımlamaktadır. Ek olarak gastronomi turizmi, yerel üreticileri ziyaret edip onlarla bir araya gelmek, yiyecek içecek eğitimlerine ya da gastronomi odaklı eğitimlere katılmak gibi faaliyetleri de içermektedir (Akbaba ve Kendirci, 2016).

Bir yerin gastronomik ürünlerini tatmak, turizmde gittikçe artan bir eğilim, boş zaman etkinliği ve birçok turist için ana motivasyon kaynaklarından biri haline gelmiştir İnsanlar artık sadece müzik, sanat ya da mimari gibi unsurları deneyimlemek amacıyla değil yemek yeme eylemini de deneyimlemek için seyahat etmektedirler. Dolayısıyla gastronomi bir destinasyonun bölgesel kimliği güçlendirme, cazibesini artırma, ziyaretçi deneyimini geliştirme, ziyaretçi sayısını artırma ve diğer sektörlerde büyümeyi ve gelişmeyi teşvik etme konularında büyük öneme sahiptir (Dixit, 2021).

Türkiye'nin gastronomi turizmi potansiyeli incelendiğinde, sahip olduğu değerlerin oldukça zengin olduğu görülmektedir. Ancak gastronomi turizmi ile ilgili çalışmalar tatil turizmi çalışmaları kadar verimli ilerlememiş, ülkenin gastronomi turizmi potansiyeli yeterince açığa çıkarılmamıştır. Gastronomi turizmine konu olan etkinliklerin turistlere kazandırdığı deneyimler ülke ve dünya insanları arasında kültür akışını sağlarken, bölgesel kalkınmaya ve şehrin markalaşmasına da önemli etkileri olmaktadır (Bilgili, Yağmur ve Yazarkan, 2012). Ek olarak yapılan çalışmalara göre destinasyona özgü yemekler turistlerin satın alma tercihlerini etkilemekte ve destinasyona yönelik ilgilerini artırmaktadır (Hjalager ve Richards, 2002; Cohen ve Avieli, 2004).

Tarihsel olarak Türk Mutfağının, Orta Asya, Selçuklu, Osmanlı ve Cumhuriyet Dönemi şeklinde ayrı ayrı incelenmesi mümkündür (Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015; Toygar, 2001). Orta Asya'dan göç eden Türkler, geleneklerinden kopmamış ve göç ettikleri bölgelerde de kültür ve geleneklerine bağlı yaşamayı sürdürmüşlerdir. Türkler Anadolu'ya yerleşmeleri ile birlikte farklı yemek kültürleriyle de karşılaşmış ve bu kültürlerden de etkilenmişlerdir. Osmanlı ve Selçuklu devletleri çeşitli dini ve etnik unsuru bir arada bulundurduğundan dolayı bu çeşitlilik Türk Mutfağının sahip olduğu zenginliğin ana nedenleri arasında yer almaktadır (Ünver Alçay, Yalçın, Bostan, & Dinçel, 2015). Bu zengin mutfak kültürünün içerisinde İslamiyet'in kabulü sonrası Türk tatlı kültürü de hızlı bir gelişme göstermiştir (Şavkay, 2000; Yerasimos, 2005). Geçmişten bugüne Türk tatlılarının üretiminde ana malzeme olarak şeker kullanıldığı görülmektedir. Ancak şekerin Osmanlı mutfağına girişi oldukça geç olmuştur. Bu zamana kadar yapılan tatlıların tatlandırılması için pekmez, meyve ya da bal gibi besinlerden yararlanılmıştır (Bilgin, 2000). Türk mutfak kültürünün içinde barındırdığı tatlılar; hamur işi tatlılar, sütlü tatlılar, helvalar, meyve, sebze ve tahıl tatlıları ve diğer tatlılar şeklinde sıralanmaktadır (Bakan, 2021).

ARAŞTIRMANIN AMACI ve YÖNTEMİ

Bu çalışmanın amacı Türk tatlılarının otel işletmeleri menülerinde yer alma durumunun incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda, nitel araştırma yöntemlerinden sistematik ve karşılaştırılabilir bilgilerin farklı bireylerden belirli bir formata dayalı olarak elde edilmesini sağlamak amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme tekniği tercih edilmiştir. Görüşme formu tekniği, benzer konulara odaklanarak farklı katılımcılardan aynı tür bilgilerin toplanmasını amaçlar (Patton, 1987). Verilerin toplanmasında yönlendirici olmayan ve yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Bu tür görüşmeler genellikle açık uçlu sorulara dayanmaktadır. Ayrıca, yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin araştırmacıya sağladığı en önemli avantaj, görüşmelerin önceden hazırlanmış bir protokole bağlı olarak gerçekleştirilmesi sayesinde daha sistemli ve karşılaştırılabilir bilgiler sunmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

Araştırmanın Çalışma Grubu ve Sınırlılıklar

Araştırmanın çalışma grubunu İstanbul (7), Antalya (5), İzmir (4) ve Muğla (3) turistik destinasyonlarında faaliyet gösteren 5 yıldızlı otel işletmelerinde çalışan 19 pastane şefi oluşturmaktadır. Çalışma grubunun pastane şeflerinden oluşmasının nedeni eslek dalının uzmanı olmaları sayesinde araştırmanın amacı doğrultusunda otel işletmelerinde sunulan Türk tatlıları hakkında daha güvenilir bilgilere ulaşılacağı düşüncesidir. Araştırmanın çalışma grubunun 19 kişi ile sınırlı kalmasının nedeni ise çalışmada nitel araştırma yöntemi tercih edildiğinden katılımcılar tarafından verilen yanıtların birbirini tekrar etmesidir (Miles ve Huberman, 1994). Verilen yanıtlar birbirini tekrar etmeye başlayınca görüşmeler sonlandırılmıştır. Araştırmanın belirtilen turistik destinasyonlar ile sınırlı kalmasının bir diğer nedeni ise araştırma alanının farklı turistik bölgelerden oluşmasından dolayı maddi kısıtlılıkların ortaya çıkmasıdır. Çalışma grubu, amaçlı örnekleme yöntemini kullanarak belirlenmiştir. Amaçlı örneklemede, problem durumuyla en uygun ilişkili bireyler çalışmaya dâhil edilir (Şahin ve Kartal, 2013).

Verilerin Toplanması

Veriler yarı yapılandırılmış ve yönlendirici olmayan görüşme tekniği kullanılarak 2023 yılında Mayıs ve Kasım ayları aralığında yüz yüze görüşme formuna kaydedilerek toplanmıştır. Görüşmelerde pastane şeflerine ilk olarak "menülerinizde Türk tatlılarından hangilerine yer vermektensiniz?" sorusu yöneltilmiştir. Ancak, yarı yapılandırılmış görüşme tekniği, araştırmacının genel olarak belirli bir plana sahip olduğu, ancak görüşmenin seyrine göre farklı soruların ortaya çıkabileceği ve katılımcılardan çeşitli boyutlarda yanıtlar almayı amaçlayan bir tekniktir. (Altunışık vd., 2007). Bu nedenle görüşmenin gidişatına göre katılımcılara Türk tatlılarına menülerinizde yer verilmemesinin sebepleri nelerdir? sorusu yöneltilmiştir.

Verilerin Analizi

Yapılan görüşmeler yarı-yapılandırılmış görüşme formuna kaydedilmiştir. Bu görüşmeler kayıt altına alınırken şeflerin verdikleri cevapların bire bir yazımına dikkat edilmiştir. Daha sonra araştırmacılar tarafından yarı-yapılandırılmış görüşme formlarında yer alan veriler ayrı ayrı analiz edilerek menülerde yer alan tatlılar kategorize edilmiş, bunun haricinde içerik analizi yöntemine başvurulmuş ana temalar, alt temalar oluşturulmuş, bu temaları destekleyecek nitelikte olan görüşmelerde ki doğrudan alıntılara yer verilmiştir. Araştırmacılar tarafından belirlenen ana ve alt temalar karşılaştırılarak görüş birliğine varılmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen verilerin kodlanması

sonucunda güvenilirliği araştırmacılar tarafından karşılıklı olarak yapılan kodlama güvenilirliğinin %88 olduğu tespit edilmiştir. Güvenirlik hesaplamalarında ise bu oran % 70 olarak belirtilmektedir (Miles ve Huberman, 1994). Yapılan kodlamalarda ise görüşmelerin gerçekteştirildiği pastane Şefleri P1, P2, P3... şeklinde gösterilmiştir.

BULGULAR

Tablo 1. Pastane Şeflerine İlişkin Demografik Bulgular

Kod	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu	Çalıştığı Destinasyon	Mesleki Deneyim Yılı
P1	Erkek	42	Lise	Antalya/Belek	18
P2	Erkek	34	Lise	Antalya/Alanya	11
P3	Erkek	28	Ön Lisans	İstanbul/Fatih	8
P4	Erkek	51	Lise	İzmir/Çeşme	27
P5	Kadın	32	Lisans	Antalya/Kemer	10
P6	Kadın	29	Lisans	Muğla/Bodrum	11
P7	Erkek	45	İlkokul	İstanbul/Beyoğlu	24
P8	Erkek	41	Lisans	İstanbul/Sultanahmet	15
P9	Kadın	35	Lisans	İzmir/Foça	14
P10	Erkek	31	Lise	Antalya/Belek	9
P11	Erkek	47	İlkokul	Antalya/Alanya	28
P12	Erkek	36	Yüksek Lisans	Muğla/Bodrum	15
P13	Erkek	50	İlkokul	İzmir/Çeşme	30
P14	Erkek	28	Lisans	İzmir/Seferihisar	10
P15	Kadın	33	Lise	Muğla/Fethiye	16
P16	Erkek	45	Lise	İstanbul/Fatih	21
P17	Erkek	30	Lise	İstanbul/Beşiktaş	9
P18	Kadın	40	Lise	İstanbul/Beyoğlu	20
P19	Erkek	56	Lise	İstanbul/Sultanahmet	24

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan pastane Şeflerinin 14'ü erkek, 5'i kadındır. Katılımcıların yaşları 28-51 aralığındadır. Katılımcıların 9'u lise, 5'i lisans, 3'ü ilkokul, 1'i ön lisans, 1'i yüksek lisans mezunudur. Pastane Şeflerinin 7'si İstanbul, 5'i Antalya, 4'ü İzmir, 3'ü Muğla ilinde yer alan turistik otel işletmelerinde çalışmaktadır. Katılımcıların mesleki deneyim süreleri ise 8-30 yıl aralığında değişim göstermektedir.

Tablo 2. Otel İşletmeleri Menülerinde Yer Alan Türk Tatlılarına İlişkin Bulgular

Tatlı Grubu	Otel İşletmelerinde Yer Alan Türk Tatlıları (n)
Meyve Tatlıları	Armut Tatlısı (12), Elma Tatlısı (10) Kabak Tatlısı (7), Ceviz Tatlısı (6), Kayısı Tatlısı (3), Erik Tatlısı (3), Şeftali Tatlısı (2), Kavun Sübye (2), İncir Uyutması (1)
Sütlü Tatlılar	Su Muhallebisi (17), Sütlaç (16), Keşkül (10), Güllaç (4), Kazandibi (4), Gebole (2) Tavuk Göğsü (2)
Şerbetli Tatlılar	Baklava (13), Tulumba Tatlısı (6), Burma Kadayıf (6), Kalburabastı (6), Sarığı Burma (5), Lokma (3), Ekmek Kadayıfı (3), Hanım Göbeği (3), Künefe (2), Revani (2), Şekerpare (2), Yoğurt Tatlısı (2)
Helvalar	Un Helvası (11), Tahin Helvası (6), İrmik Helvası (6), Paluze (2)
Şekerlemeler	Cezerye (5), Lokum (3)

Kaynak: Tablo yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 2’de pastane şeflerinden alınan bilgilere göre otel işletmeleri menülerinde yer alan Türk tatlılarına ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Pastane şeflerinden elde edilen bilgilere göre Türk tatlıları meyve, sütlü şerbetli, helvalar ve şekerlemeler şeklinde kategorize edilmiş, tekrar sayılarına yer verilmiştir.

Araştırma kapsamında elde edilen bilgilere göre otel işletmeleri menülerinde en fazla yer verilen tatlı grubunun sütlü tatlılar grubu (56) olduğu tespit edilmiştir. Sütlü tatlıları sırasıyla şerbetli tatlılar (53), meyve tatlıları (46), helvalar (25) ve şekerlemeler (8) tatlı grubu izlemektedir. Sütlü tatlılar içerisinde menülerde en fazla yer verilen ilk üç tatlı su muhallebisi (17), Sütlaç (16), Keşkül (10) olduğu belirlenmiştir. Şerbetli tatlı grubundan ise Baklava (13), Tulumba (6), Burma Kadayıf (6), Kalburabastı (6), Sarığıburma (5) bu grupta en fazla tekrar sayısına sahip ilk beş tatlıdır. Meyve tatlılarından ise ilk üç sırada armut (12), elma (10), ve kabak tatlıları (7) yer almaktadır. Helvalar tatlı grubunda ise ilk üç sırada un helvası (11), tahin helvası (6), irmik helvası (6) yer almaktadır. Şekerlemeler grubunda ise menülerde yalnızca cezerye (5), lokum (3) yer almaktadır.

Elde edilen verilere yönelik bütüncül bir yaklaşım sergilendiğinde ise araştırma grubunu oluşturan otel işletmeleri menülerinde en fazla yer alan yani bu işletmelerin menülerinin tamamında mevcut tatlının su muhallebisi (17) olduğu görülmektedir. Otel işletmeleri menülerinde en az yere sahip tatlı grubunun şekerlemeler olduğu, en az yer verilen tatlıların ise şeftali tatlısı (2), kavun sübye (2), gebole (2), tavuk göğsü (2), künefe (2), revani (2), şekerpare (2), yoğurt tatlısı (2), paluze (2), incir uyutması (1) tatlılarının olduğunu söylemek mümkündür.

Pastane şeflerine faaliyet gösterdikleri otel işletmeleri menülerinde yer alan Türk tatlılarının yanı sıra yabancı mutfaklara özgü tatlılardan hangilerine menülerinde yer verdiklerine yönelik bilgi vermeleri talep edilmiştir. Bu bilgilere ilişkin bulgular aşağıda yer almaktadır.

Tablo 3. Otel İşletmeleri Menülerinde Yer Alan Yabancı Mutfaklara Özgü Tatlılara İlişkin Bulgular

Tatlı Grubu	Otel İşletmelerinde Yer Alan Yabancı Mutfaklara Özgü Tatlılar (n)
Sütlü Tatlılar	Panna Cotta (16) , Supangle (16), Tiramisu (15), Çizkek (15), Krem Karamel (14), Krem Anglaise (13), Puding ve Türevleri (13) , Krem Brule (9), İspanyol Flan (5),
Çikolatalı Tatlılar	Sufle (17), Muss Türevleri (17), Ivory (4), Trüf (3),
Kekler ve Pastalar	Havuçlu Kek (17), Browni (17), Kadife Kek (17), Muffin Kek (17), Kek Pop (Cake Pop) (14), Montenegro Kek (12), Opera Kek (12), Marble Kek (12), Bella Vista (12), Kara Orman Pastası (10), Sacher (Zaher Turta) (6), Ohiana(6), Oreo Kek (2), Castella Kek (1)
Hamur ve Hamur Tabanlı Tatlılar	Ekler (17), Profiterol (17), Tart Türevleri (17), Paris Brest (12), Berliner (7), Waffle (5), Churros (5), Donat (Donut) (5), Nata (1)

Kaynak: Tablo yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 3’de otel işletmeleri menülerinde yer alan yabancı mutfaklara özgü tatlılara ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Pastane şeflerinden tatlıların isimleri alındıktan sonra veri analiz aşamasında bu tatlılar sütlü tatlılar, çikolatalı tatlılar, kek ve pastalar, hamur ve hamur tabanlı tatlılar şeklinde kategorize edilmiştir.

Yabancı mutfaklara özgü tatlı grubu içerisinde menülerde en fazla yere sahip grubun kekler ve pastalar (172) olduğu, bu grubu ise sırasıyla sütlü tatlılar (116), hamur ve hamur tabanlı tatlılar (86) ve çikolatalı tatlıların (41) takip ettiği tespit edilmiştir. Kekler ve pastalar grubu içerisinde menülerde en fazla yer verilen tatlıların havuçlu kek (17), browni (17), kadife kek (17), muffin kek (17) olduğu, sütlü tatlılar içerisinde panna cotta (16) , supangle (16), tiramisu (15), çizkek (15)’in, hamur ve hamur tabanlı tatlılar içerisinde ekler (17), profiterol (17), tart türevleri (17), çikolatalı tatlılar içerisinde ise sufle (17), muss türevleri (17), ivory (4), tatlılarının ilk sıralarda yer aldığı tespit edilmiştir.

Elde edilen verilere göre menülerde en fazla yer verilen yabancı mutfaklara özgü tatlıların sufle (17), muss türevleri (17), havuçlu kek (17), browni (17), kadife kek (17), muffin kek (17), ekler (17), profiterol (17), tart türevleri (17) olduğunu söylemek mümkündür. Bu tatlılar araştırma grubunu oluşturan otel işletmeleri menülerinin tamamında yer almaktadır. Menülerde en az yer verilen yabancı mutfaklara özgü tatlıların ise oreo kek (2), castella kek (1), nata (1) olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 4. Pastane Şeflerinin Türk Tatlılarının Menülerde ki Mevcut Durumuna İlişkin Görüşleri

Ana Tema	Alt Tema	Görüşmelerden Alıntılar
Türk Tatlılarına Menülerde Yer verilmeme Nedenleri	Personel Nitelikleri (16)	<p>"... Özgün yapım teknikleri ve geleneksellik gerektirdiği için, usta bulmakta zorluk çekiyoruz ve işe alınan ustalarda bir süre sonra yanına yardımcı personel bulamamasından dolayı genellikle pastacılığın farklı alanlarına yöneliyor..." (P2)</p> <p>"... Bu Türk tatlısı yapım işi tamamen ustalık gerektirir, ben mesela menüye kötü bir baklava koyacağıma daha iyisini yapabilen bir usta bulup onun işe alınmasını isterim ama son 5 yıldır ne kalifiye baklava ustası ne de diğer tatlıları yapabilen sağlam usta bulabiliyoruz mecburen bu tatlıları Türk gecelerinde insanlara dışardan hazır alarak veriyoruz. Sonuçta ben düzenli olarak kalifiye olmayan birini işe aldırıp, misafire kötü tatlı veremem..." (P9)</p>
	Sağlık Kaygısı (15)	<p>"... Misafirlerden gelen dönüşlere göre yüksek kalorili ve şeker içeriğine sahip olduğu için daha şekeri azaltılmış ürünlerin sunumunu beklediklerini söyleyebilirim..." (P12)</p> <p>"...Türk tatlısı denildiğinde şeker, yağ ve şerbet akla geliyor biz bu bilgileri misafirlerimizle detaylı paylaşıyoruz formlarını korumak için doğal olarak tatlılarımıza ılımlı yaklaşıyorlar..." (P10)</p>
	Beğeni (n: 15)	<p>"...Yoğun şeker ve yoğun aromasından dolayı bazı turistler bu tür yoğun lezzetleri tercih etmiyor, haliyle bizde menümüze eklememeyi tercih ediyoruz..." (P3)</p> <p>"... Yapımı çoğunlukla hamur işlerine dayanıyor ve bu tür tatlıları seven bir kitle olmasına rağmen, çoğu turist tarafından beğenilmiyor..." (P17)</p>

	Dekorasyon (n: 14)	<p>"... Otellerde mutfak yöneticileri pastane şefleri vs. hatta müşteriler genellikle tatlıların lezzetinin dışında, dekorasyonunun da göze hitap etmesini beklerler, bu yüzden görsel açıdan tatmin edici olmayan tatlılar menülerinde yer bulamayabilir. Bu sebeple Türk tatlılarının iyi dekore edilememesinden dolayı menülere ekleyemediğimizi söylemem mümkündür..." (P8)</p> <p>"... Menülerde tatlıların dikkat çekici ve profesyonel bir şekilde süslenmiş olması gerekiyor, kötü bir dekorasyon, müşterilerin beklentilerini karşılamadığı için pek fazla menüde bu tatlılara yer veremiyoruz..." (P16)</p>
	Hazır Gıda Üretimi (n:13)	<p>"... Hazır tatlılar, yani toz olarak piyasada satılan tatlılar artık ustaların daha çok kolayına geliyor, özellikle bizim gibi büyük üretim yapan yerlerin yükünü hafifletiyor ve zaman tasarrufu sağlıyor, bu yüzden Türk tatlılarının geleneksel zanaatını ve el emeğini göz ardı ediliyor..." (P15)</p>
	İş Yüğü (n:11)	<p>"...Türk tatlıları genellikle el emeği ile yapılır, bu da detaylı süslemeler ve özel dokular gerektirir, bu yüzden yapım süreci oldukça zaman alıcı olduğu için kimse uğraşmak istemiyor daha kolay yapım süreci olan tatlılara yönelim oluyor..." (P1)</p> <p>"... Genellikle katmanlı yapıları ve özel şerbetleri içerir, bu tür detaylar özenle yapılmalıdır ve bu da yapım sürecini uzatır..." (P4)</p>
	Depolama Koşulları (n:9)	<p>"... Genellikle taze olarak tüketildiği için uzun süreli depolamaya uygun değiller, bu yüzden daha çok saklanabilecek, dondurulabilecek tatlılar üretmemiz gerekiyor. Mesela bu tatlı kaldı diyelim çöpe gidiyor, depolayamıyoruz israf oluyor..." (P10)</p> <p>"... Bizim bu tatlılarda en fazla yaşadığımız sıkıntı şekerlenmesi. Bu tatlılar şerbetli sonuçta, dolaba koyduk diyelim şekerlenme olur ve kalitesi düşer saklayacak yer olmadığından çok fazla yapamıyoruz, taze yapıp verelim deseyiz zaten o ayrı zor bir iş..." P(13)</p>

	<p>Maliyet (n:8)</p>	<p>“...Türk tatlılarını yaparken kullandığımız malzemeler İyi kalitede olması ve özel tarifler olması gerekiyor, yani kalifiye personelde maliyetlerimizi artırıyor buda bizim menü maliyetini artırdığı için pek fazla tercih edilmemektedir...” (P7)</p> <p>“... Biz zaten tatlıların maliyetini düşürmek için yaratıcı çözümler arıyoruz ancak Türk tatlıları tamamen birinci kalite ceviz, fıstık vs. kullanımı gerektirdiği için maliyetimizi arttırmaktadır...” P(11)</p>
--	----------------------	---

Kaynak: Tablo yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Araştırma kapsamında pastane şeflerine ilk olarak “menülerinizde Türk tatlılarından hangilerine yer vermektensiniz?” sorusu yöneltilmiş, daha sonra görüşme esnasında menülerde yabancı mutfaklara özgü tatlıların sayısının Türk mutfağına özgü tatlılardan daha fazla olduğu anlaşılmıştır. Buna istinaden pastane şeflerine Türk tatlılarına menülerinizde yer verilmemesinin sebepleri nelerdir? sorusu yöneltilerek bu hususun gerekçelerinin neler olduğunun tespit edilmesi hedeflenmiştir. Tablo 4’de görüldüğü üzere görüşmelerden elde edilen bilgiler ışığında ana tema “Türk tatlılarına menülerde yer verilmeme nedenleri” olarak belirlenmiş, bu tema ise “personel nitelikleri” (n:16), “sağlık kaygısı” (n:15), “beğeni” (n:15), “dekorasyon”(n:14), “hazır gıda üretimi” (n:13), “iş yükü” (n:11), “depolama koşulları” ve (n:9) “maliyet” (n:8) alt temalarından oluşmaktadır.

Pastane şefleri ile yapılan görüşmeler sonucunda Türk tatlılarına menülerde yer verilememe nedenlerine ilişkin gerekçelerin başında personel niteliklerinin (n:16) geldiği ve bu hususun sebebinin tamamen bu alan ile ilgili kalifiye personel bulunamadığı ile kaynaklı olduğu ön plana çıkmaktadır. İkinci sırada ise sağlık kaygıları (n:15) nedeniyle misafirlerin Türk tatlılarının şekerli ve yağlı özellikte olması gerekçesiyle tercih etmedikleri anlaşılmaktadır. Üçüncü sırada da aynı şekilde tatlıların şekerli ve yoğun aromalı olmasından dolayı beğenilmediği (n:15) ön plana çıkmaktadır. Dekorasyon (n:14) alt teması ile ilgili Türk tatlılarının diğer tatlılara göre orijinalliğinin bozulması sebebiyle personelin yaratıcı bakış açısıyla bu tatlıları sunamadığı anlaşılmaktadır. Bir diğer husus ise toz yani hazır tatlı karışımlarının piyasada daha fazla yer bulmasıdır. Bu unsur hazır gıda üretimi (n:13) alt teması ile ön plana çıkmaktadır. İş yükü (n:11) alt teması ile ilgili Türk tatlılarının tamamen işçilik gerektiren ürünler olması menülerde yer bulmamasına zemin hazırlamaktadır. Depolama koşulları (n:9) hususu göz önünde bulundurulduğunda ise ürünlerin taze olarak verilmek istendiği ve saklanmak istendiğinde ise tekstürel özelliklerinde problem oluşmasından menülere eklenmediği ifade edilmiştir. Son olarak Türk tatlılarının maliyetinden (n:8) dolayı menülere eklenmek istenmediği ifade edilmiştir. Türk tatlılarında Antep Fıstığı, ceviz vb. maliyetli ürünler kullanıldığından şeflerin menülerinde Türk tatlılarına yer vermek istemedikleri anlaşılmaktadır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Geçmişten bugüne turist beklentileri doğrultusunda farklı turizm türleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu turizm türlerinden biride gastronomi turizmidir (Şengül ve Türkay, 2016: 87; Karakuş vd., 2020). Gastronomi turizmi ülkelerin mutfak kültürünün tanıtılması ve bölgesel kalkınmaya katkı sağlaması açısından büyük bir fırsattır. Bu nedenle Türk mutfağının genel ve bölgesel çeşitliliği, yemek kültürlerindeki farklılıklar, benzersiz lezzetler, mutfak zenginliği, diğer mutfaklardan ayırt edici

özellikler ve üstünlükleri, etkili bir şekilde tanıtılmalı ve Türk mutfak kültürünün önemli yönleri vurgulanmalıdır (Köktürk, 2023). Türk mutfağının en önemli yönlerinden biride yaklaşık 250'ye yakın çeşit ile tatlılardır. Türk mutfağında yer alan tatlılar bölgesel özelliklere göre şekillenmiş, içerisinde et ile yapılan tatlılardan meyve ile yapılan tatlılara birçok özelliği içerisinde barındırmaktadır. Gastronomi turistlerinin, ziyaret ettikleri destinasyonun kendine özgü yiyecek ve içecek ürünlerini tatmanın yanı sıra, o bölgede bulunan yeni, farklı ve özgün lezzetleri deneyimlemenin de önemli olduğu (Can vd., 2012) hususu düşünüldüğünde Türk tatlıları ile turistlere farklı bir deneyim yaşatılabileceği ve beklentilerinin karşılanabileceğini söylemek mümkündür. Ancak bu beklentilerin karşılanabilmesi için bu ürünlerin tanıtımının yapılması ve turistlere tanıtım açısından önemli bir araç olan otel işletmeleri veya yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde bu ürünlere yer verilmesi önem arz etmektedir. Türk mutfak kültüründe yer alan tatlılarının otel işletmeleri menülerinde yer verilme durumunun incelendiği bu çalışmada da turistik destinasyonlarda faaliyet gösteren işletmelerin Türk tatlılarına menülerinde sınırlı sayıda yer verdikleri tespit edilmiştir. Çünkü Cebeci (2019)'nin yapmış olduğu çalışmaya göre Türk mutfağında 250 çeşide yakın tatlı yer almaktadır. Yapılan bu çalışmada ise otel işletmeleri menülerinde 34 çeşit Türk tatlısına yer verildiği tespit edilmiştir. Ancak araştırma kapsamında elde edilen diğer bulgulara göre 36 çeşit yabancı mutfaklara özgü tatlılara menülerde yer verildiği ortaya çıkmıştır.

Görüşmeler esnasında menülerde yabancı mutfaklara özgü tatlıların sayısının Türk mutfağına özgü tatlılardan daha fazla olduğu anlaşılmıştır. Buna istinaden pastane şeflerine Türk tatlılarına menülerinizde yer verilmemesinin sebepleri nelerdir? sorusu yöneltilerek bu hususun gerekçelerinin neler olduğunun tespit edilmesi hedeflenmiştir. Bu hususun nedenlerinin "personel nitelikleri" (n:16), "sağlık kaygısı" (n:15), "beğeni" (n:15), "dekorasyon"(n:14), "hazır gıda üretimi" (n:13), "iş yükü" (n:11), "depolama koşulları" ve (n:9) "maliyet" (n:8) olduğu tespit edilmiştir.

Yukarıda belirtilen sebeplerden dolayı Türk tatlılarına menülerde yer verilmemektedir ve yabancı mutfaklara özgü tatlılar menülerde tercih sebebi haline gelmektedir. Bu husus Türk mutfak kültüründe önemli bir yere sahip olan tatlıların tanıtım sürecinin sağlıklı bir şekilde ilerlemesine engel teşkil etmektedir. Bu nedenle personel niteliklerinin iyileştirilmesi adına mesleki eğitim merkezleri ve özel sektör paydaşları arasındaki Türk Tatlıları konulu eğitimlerin yapılması kaçınılmaz hale gelmiştir. Turistlerin sağlık kaygısı taşımaları nedeniyle mutfak yöneticilerinin, beslenme ve diyetetik uzmanları ile menülerinde yer verdiği Türk tatlılarının standart reçetelerinin bu doğrultuda revize edilmesi önem taşımaktadır. Türk tatlılarının dekorasyonu konusunda ise geleneksellik göz önünde bulundurularak füzyon mutfak ve moleküler gastronomik yaklaşımı benimsenip ürünler yeniden revize edilebilir. Türk tatlıları farklı teknikler kullanılarak revize edildiğinde depolama koşulları ve maliyet hususlarından da verim sağlanabilir. Her araştırmada olduğu gibi bu çalışmanın da birtakım sınırlılıkları vardır. Bu çalışma Antalya, İstanbul, İzmir, Muğla ilinde yer alan turistik otel işletmelerinde faaliyet gösteren pastane şeflerinin tatlı menüleri ile sınırlıdır. Bir sonraki çalışmalar farklı turistik destinasyonlarda faaliyet gösteren otel işletmelerinin pastane bölümünde yer alan tatlı menülerini kapsayabilir. Ayrıca bir sonraki araştırmalar turistlerin Türk tatlılarını neden tercih etmediğinin tespitine yönelik yüz yüze görüşmeler yapılarak gerçekleştirilebilir. Türk tatlıları ile ilgili bahsedilen olumsuzlukların giderilmesi açısından üniversiteler sektör ile işbirliği yaparak bu olumsuzlukların düzeltilmesine yönelik ürün geliştirme projeleri yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Akbaba, A., ve Kendirci, P. (2016). Gastronomi Turizmi ve Coğrafi İşaretlemeli Ürünler. O. N. Özdoğan İçinde, *Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler II*. (S. 113-128). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akkuş, Ç., ve Şimşek, A. (2019). Yöresel Yiyeceklerin Menülerde Yer Alma Düzeyleri: Kastamonu Örneği. 8. International Vocational Schools Symposium, 45-48. 11-13 June, Sinop. Türkiye.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2007). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Arıkan, A. (2017). Eskişehir'deki Yiyecek İçecek İşletmelerinin Menülerinde Eskişehir Mutfağının Yeri. *Journal Of Human Sciences*, 14(2), 2061-2077.
- Bakan, R. (2021). *Türk Mutfağındaki Sütü Tatluların Değerlendirilmesi ve İnovasyonu. Pamukkale Üniversitesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Denizli.
- Bilgili, B., Yağmur, Ö., ve Yazarkan, H. (2012). Turistik Ürün Olarak Festivallerin Etkinlik ve verimliliği Üzerine Bir Araştırma (Erzurum-Oltu-Kırdağ Festivali Örneği). *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi 2 (2)*, 117-124.
- Bilgili, R., ve Koçoğlu, C. (2020). Kırsal Turizm İşletmelerinin Menülerinde Yöresel Yemekleri Kullanım Düzeyleri: Boğazkale Örneği. *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi*, 4(2), (IRTAD) E-ISSN: 2602-4462 49-70.
- Bilgin, A. (2000). *Osmanlı Sarayının İaşesi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi.
- Björk, P. ve Kauppinen-Räsänen, H. (2016). Local Food: A Source For Destination Attraction. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 28(1), 177-194.
- Boyne, S., Hall, D. ve Williams, F. (2003). Policy, Support And Promotion For Foodrelated Tourism Initiatives: A Marketing Approach To Regional Development, *Journal Of Travel ve Tourism Marketing*, 14(3-4), 131-154.
- Büyükalvarcı, A., Şapçılar, M., ve Yılmaz, G. (2016). Yöresel Yemeklerin Turizm İşletmelerinde Kullanılma Durumu: Konya Örneği. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 165, 181.
- Can, A., Sünnetçioğlu, S., ve Durlu-Özkaya, F. (2012). Füzyon Mutfağı Uygulamalarının Gastronomi Turizminin Gelişimine Katkısı. 13. Ulusal Turizm Kongresi. Antalya, TÜRKİYE, Aralık 6-9.
- Cebeci, T. (2019). Türk Mutfağına Ait Tatluların Bölge Temelinde Analizi. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Enstitüsü, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Sakarya.
- Ceylan, U., ve Güven, Ö. (2018). Yiyecek İçecek İşletmelerinin Menü Planlamasında Kütahya'nın Yöresel Yemeklerinin Yeri Üzerine Bir Araştırma. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 6(3), 451-459.
- Cohen, E., ve Avieli, E. (2004). Fodd And Tourism: Attraction And Impediment. *Annals Of Tourism Research* 31 (4), 755-778.

- Cömert, M., ve Özkaya, F.-D. (2014). Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.
- Demirtaş, N., ve Ray, U. (2022). Hatay Mutfağı Yöresel Yemeklerinin Turizm İşletme Belgeli Lokanta Menülerinde Kullanımı: Antakya Örneği. 24. Turan: Stratejik Araştırmalar Merkezi, 14(53), 115-125.
- Dixit, S. K. (2021). *The Routledge Handbook Of Gastronomic Tourism- Gastronomic Tourism*. (23.10.2023): <https://www.routledgehandbooks.com/doi/10.4324/9781315147628-3> Adresinden Alındı
- Düzgün, E., ve Durlu Özkaya, F. (2015). Mezopotamya'dan Günümüze Mutfak Kültürü. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies* 3 (1), 41-47.
- Ercan, M. O., Erdoğan, T., ve Taş, İ.H (2023). Şanlıurfa Mutfak Kültüründe Yer Alan Yöresel Yemeklerin Yiyecek İçecek İşletmeleri Menülerinde Yer Alma Düzeyi, *Journal Of Gastronomy, Hospitality And Travel*, 6(2), 866-878, 2023.
- Erdem, Ö., Mızrak, M., ve Kemer, A. (2018). Yöresel Yemeklerin Bölge Restoranlarında Kullanılma Durumu: Mengen Örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 44-61.
- Esen, M., ve Seçim, Y. (2020). Konya Mutfağında Yer Alan Yöresel Yemeklerin İşletme Menülerinde Yer Alma Düzeylerinin Tespit Edilmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 279- 294.
- Güler, S. (2010). Türk Mutfak Kültürü ve Yeme İçme Alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 24-30.
- Hjalager, A. M., ve Richards, G. (2002). *Tourism And Gastronomy*. London: Routledge.
- İflazoğlu, N., ve Yaman, M. (2020). Yöresel Mutfakların Gastronomi Turizminde Yer Alma Durumu: Mardin Yerel. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 8(3), 1943-1957.
- Karakuş, Y., Onat, G. ve Güneren, E. (2020). Yerel Halkın Gastronomi Turizmi Çağrışımları ve Beklentileri: Göreme Kasabası Örneği.
- Kesici, M. (2012). Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*(2), 33-37.
- Kızıldemir, Ö., ve Şimşek, E. (2021). Gastronomi Turizmi Kapsamında Yöresel Yemeklerin Restoranlarda Sunulması Üzerine Bir Araştırma: Şarköy Örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 18(1), 224- 239.
- Kızılırmak, İ., Albayrak, A., ve Küçükali, S. (2014). Yöresel Mutfağın Kırsal Turizm İşletmelerinde Uygulanması: Uzungöl Örneği. *International Journal Of Social And Economic Sciences*, 4(1), 75-82.
- Kim, Y. G. ve Eves, A. (2012). Construction And Validation Of A Scale To Measure Tourist Motivation To Consume Local Food, *Tourism Management*, 33(6), 1458-1467.
- Kim, Y. G., Eves, A. ve Scarles, C. (2009). Building A Model Of Local Food Consumption On Trips And Holidays: A Grounded Theory Approach, *International Journal Of Hospitality Management*, 28(3), 423-431.

- Kivela, J. ve Crotts, J. C. (2005). Gastronomy Tourism. *Journal Of Culinary Science ve Technology*, 4(2-3), 39-55.
- Köktürk, N. (2023). Gastronomi Turizminin Çekiciliği ve Geliştirilebilirliği: Zonguldak İlinde Bir Uygulama (Attractiveness And Development Of Gastronomy Tourism: An Application In Zonguldak Province). *Journal Of Tourism ve Gastronomy Studies*, 11(3), 1919-1940.
- Kurnaz, A., ve İşlek, E. (2018). Yöresel Yemeklerin Restoranlar Tarafından Kullanımının Değerlendirilmesi: Marmaris Örneği. *International Journal Of Social And Economic Sciences*, 8(1), 50-59.
- Mil, B., ve Denk, E. (2015). Erzurum Mutfağı Yöresel Ürünlerin Otel Restoran Menülerinde Kullanım Düzeyi: Palandöken Örneği. *International Journal Of Social And Economic Sciences*, 5 (2), 01-07. (IJSES) EISSN: 2667-4904.
- Miles, M. B., ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Sage.
- Morris, C. ve Buller, H. (2003). The Local Food Sector: A Preliminary Assessment Of Its Form And Impact In Gloucestershire. *British Food Journal*, 105(8), 559-566.
- Oğan, Y., ve Özkaya, F. (2021). Artvin İlindeki Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Yöresel Yemekler. *Tourism And Recreation*, 3(1), 85-92.
- Ölmez, Z. (2017). Gastronomi Turizminde Yerli Ziyaretçilerin Yöresel Yiyeceklere Yönelik Unutulmaz Deneyimlerinin Davranışsal Niyetleri Üzerine Etkisi: Seferihisar Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Balıkesir.
- Özel, G., Yıldız, F., ve Akbaba, M. (2017). Yöresel Yemeklerin Restoran Menülerinde Yer Alma Düzeyinin Belirlenmesi: Kilis Mutfağı Örneği. *Kesit Akademi Dergisi*, 3(11), 351-364.
- Patton, M. Q. (1987). *How To Use Qualitative Methods In Evaluation* (No. 4). Sage.
- Quan, S. ve Wang, N. (2004). Towards A Structural Model Of The Tourist Experience: An Illustration From Food Experiences In Tourism, *Tourism Management*, 25(3), 297-305.
- Sever, P., ve Girgin, G. (2019). Turistlerin Restoran Deneyimleri İle Destinasyonu Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: İstanbul Örneği. *Gastroia: Journal Of Gastronomy And Travel Research*, 3(2), 241-263.
- Şahin, Ç., ve Kartal, O. Y. (2013). Sınıf Öğretmeni Adaylarının Sınıf Öğretmeni Yetiştirme Programı Hakkındaki Görüşleri. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 164-179.
- Şavkay, T. (2000). *Tatlı Kitap Türk ve Dünya Tatlıları. Şekerbank ve Radikal Yayımları*.
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2016). Akdeniz Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*.
- Toygaz, K. (2001, Eylül 13). Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar. *Türk Mutfağı Hakkında Genel Bilgiler Yayın No: 29*.
- Ünver Alçay, A., Yalçın, S., Bostan, K., ve Dinçel, E. (2015). Orta Asya'dan Anadolu'ya Kurutulmuş Gıdalar. *ABMYO Dergisi* 40, S. 83-93.
- Yerasimos, M. (2005). *500 Yıllık Osmanlı Mutfağı*. İstanbul: Boyut Yayıncılık.

- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, Ö. (2020). Trabzon Yöresel Yemeklerinin Yerel Restoran Menülerinde Yer Alma Düzeyleri. Bayburt Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi, 3(2), 122-130