



T.C.
NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI

GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA TÜRK TATLILARININ ŞEFLER
TARAFINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: FÜZYON MUTFAK
UYGULAMALARI KAPSAMINDA ÜRÜN GELİŞTİRME ÇALIŞMASI

Yüksek Lisans Tezi

Mustafa Oğuzhan ERCAN

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Eda Özgül KATLAV

Nevşehir
Ağustos 2021

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi belirtirim.

Tezi Hazırlayan

Mustafa Oğuzhan ERCAN

TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK

“Gastronomi Turizmi Kapsamında Türk Tatlılarının Şefler Tarafından Değerlendirilmesi: Füzyon Mutfak Uygulamaları Kapsamında Ürün Geliştirme Çalışması” adlı Yüksek Lisans tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Tez Yazım Kılavuzu’na uygun olarak hazırlanmıştır.

Tezi Hazırlayan

Mustafa Oğuzhan ERCAN

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Eda Özgül KATLAV

KABUL VE ONAY SAYFASI

Dr. Öğr. Üyesi Eda ÖZGÜL KATLAV danışmalığında Mustafa Oğuzhan ERCAN tarafından hazırlanan “Gastronomi Turizmi Kapsamında Türk Tatlılarının Şefler Tarafından Değerlendirilmesi: Füzyon Mutfak Uygulamaları Kapsamında Ürün Geliştirme Çalışması” adlı bu çalışma, jürimiz tarafından Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı’nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

...../..... / 2021

JÜRİ

İMZA

Danışman : Dr. Öğr. Üyesi Eda ÖZGÜL KATLAV

.....

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Emrah KESKİN

.....

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Salih YILDIZ

.....

ONAY:

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulunun /..... / 2021 tarih ve sayılı Kararı ile onaylanmıştır.

..... /..... / 2021

Enstitü Müdürü

**GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA TÜRK TATLILARININ ŞEFLER
TARAFINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: FÜZYON MUTFAK
UYGULAMALARI KAPSAMINDA ÜRÜN GELİŞTİRME ÇALIŞMASI**

Mustafa Oğuzhan ERCAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Yüksek Lisans, Ağustos 2021

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Eda Özgül KATLAV

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, Türk tatlılarının farklı bir ulusa ait yiyecek ürünü veya yiyecek hazırlama tekniği ile sentezlenmesine yönelik ürün geliştirme konusundaki düşüncelerinin saptanması ve bu kapsamda yeni ürün geliştirme çalışmalarının gerçekleştirilmesidir. Bu amaç doğrultusunda iki farklı araştırma yöntemi kullanılmıştır. Öncelikle 21 pastane şefi ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiş, yapılan içerik ve betimsel analiz sonucunda elde edilen veriler doğrultusunda Türk-İtalyan mutfakları sentezlenerek “Maskarpon Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısı”, Türk-Fransız mutfakları birleştirilerek Fransız Muss (Mousse) tatlılarının geliştirilmesine karar verilmiştir. Geliştirilen tatlıların standart reçetelerinin nihai halleri belirlenerek deneysel yöntem kullanılarak eğitilmiş panelistlerle duyu analizleri gerçekleştirilmiştir.

Duyu analizi sonucunda elde edilen veriler bilgisayar ortamına aktararak Wilcoxon işaretli sıralar testi, yüzde, frekans, standart sapma, aritmetik ortalama, medyan, mod gibi betimsel analiz verileri ile istatistiksel tekniklerden yararlanılarak analiz edilmiştir. Gerçekleştirilen analizler sonucunda füzyon mutfak uygulamaları kapsamında geliştirilen iki tatlının da geleneksel hazırlanışlarına göre daha fazla tercih edildiği ve beğeni oranının yüksek olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Turizmi, Türk Tatlıları, Füzyon Mutfak Uygulamaları, Ürün Geliştirme, Pastane Şefleri

**EVALUATION OF TURKISH DESSERTS BY CHEFS FROM THE
PERSPECTIVE OF GASTRONOMY TOURISM: PRODUCT
DEVELOPMENT STUDY WITHİN THE SCOPE OF FUSION CUISINE
APPLICATIONS**

Mustafa Oğuzhan ERCAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Institute of Social Sciences

Department of Gastronomy and Culinary Arts, MA, August 2021

Advisor: Dr. Instructor Member Eda Özgül KATLAV

ABSTRACT

The aim of this study is to determine the thoughts on product development for synthesizing Turkish dessert with a food product or preparation technique belonging to a different nation and to carry out new product development studies in this context. For this purpose, two different research methods were used. First of all, semi-structured interviews were held with 21 pastry chefs, and in line with the data obtained as a result of the content and descriptive analysis, Turkish-Italian cuisines were synthesized, "Tulumba Dessert with Mascarpone Cheese Cream", and it was decided to develop French Mousse (Mousse) desserts by combining Turkish-French cuisines. The final versions of the standard recipes of the developed desserts were determined and sensory analyzes were carried out with trained panelists using the experimental method.

The data obtained as a result of the sensory analysis were transferred to the computer environment and analyzed using descriptive analysis data such as Wilcoxon signed-rank test, percentage, frequency, standard deviation, arithmetic mean, median, mode, and statistical techniques. As a result of the analyzes carried out, it was concluded that both desserts developed within the scope of fusion cuisine applications were preferred more than their traditional preparations and the rate of appreciation was high.

Keywords: Gastronomy Tourism, Turkish Desserts, Fusion Cuisine Applications, Product Development, Pastry Chefs

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın gerçekleştirilmesinde; akademik bilgi, deneyim ve hoşgörüsünü esirgemediği, şimdi ve gelecekteki akademik hayatımda beni daha ileriye taşıyacak yönlendirmelerde bulunduğu ve kıymetli vaktini her daim ayırdığı için danışmanım Sayın Dr. Öğr. Üyesi Eda Özgül KATLAV' a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Yüksek lisans eğitimim boyunca hiçbir desteğini esirgemeyen saygıdeğer hocam Prof. Dr. Nilüfer ŞAHİN PERÇİN' e, lisans eğitimi aldığım süreçte daima yol gösterici olan ve yardımlarını esirgemeyen sayın Dr. Öğr. Üyesi Aykut ŞİMŞEK' e teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca tez savunmamda jüri üyesi olarak bulunan saygıdeğer hocalarım Dr. Öğr. Üyesi Salih YILDIZ ve Dr. Öğr. Üyesi Emrah KESKİN' e bu çalışmaya bilgi, deneyim ve yapıcı eleştirileri ile katkıda buldukları için teşekkür ederim.

Son olarak hayatım boyunca her zaman yanımda olan ve bana inanan aileme sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Mustafa Oğuzhan ERCAN

KISALTMALAR VE SİMGELER

SPSS : Sosyal Bilimler İstatistik Paket Programı

TDK : Türk Dil Kurumu

TÜRSAB : Türkiye Seyahat Acentaları Birliği

UNWTO : Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü

gr : Gram

lt : Litre

ml : Miligram

kg : Kilogram

\bar{x} : Ortalama

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK	ii
TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK	iii
KABUL VE ONAY SAYFASI	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT.....	vi
TEŞEKKÜR.....	vii
KISALTMALAR VE SİMGELER.....	viii
İÇİNDEKİLER	ix
TABLolar LİSTESİ.....	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiii

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. Araştırmanın Problemi	3
1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi	4
1.3. Araştırmanın Sınırlılıkları	6

İKİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Gastronomi Kavramı	8
2.2. Gastronomi Turizmi ve Önemi	11
2.3. Mutfak Akımları.....	14
2.3.1 Rafine Mutfak (Haute Cuisine)	15
2.3.2 Yeni Mutfak (Nouvelle Cuisine).....	17
2.3.3. Avangart Mutfak (Avantgarde Cuisine).....	18
2.3.4. Füzyon Mutfak (Fusion Cuisine)	19
2.4. Türk Mutfağında Tatlı Kültürü	22
2.4.1. Türk Mutfağının Genel Özellikleri.....	23
2.4.2. Türk Mutfak Kültüründe Tatlı.....	27

2.4.2.1. Orta Asya Dönemi Tatlı Kültürü	27
2.4.2.2. Selçuklu Dönemi Tatlı Kültürü.....	28
2.4.2.3. Osmanlı Dönemi Tatlı Kültürü	28
2.4.2.4. Cumhuriyet Dönemi Tatlı Kültürü	29
2.4.3. Türk Mutfağına Özgü Tatlılar	30
2.5. Türk Mutfağında Yer Alan Tatlılar ile İlgili Yapılan Ürün Geliştirme Çalışmaları	31

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA TÜRK TATLILARININ ŞEFLER TARAFINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: FÜZYON MUTFAK UYGULAMALARI KAPSAMINDA ÜRÜN GELİŞTİRME ÇALIŞMASI

3.1. Araştırmanın Metodolojisi	33
3.1.1. Araştırmanın Yöntemi	33
3.1.2. Araştırma Evreni ve Örneklem.....	35
3.1.2.1. Veri Toplama Aracı ve Süreci	36
3.1.2.2. Verilerin Analizi	40
3.2. Araştırma Bulguları.....	42
3.2.1. Pastane Şefleri ile Yapılan Görüşmeler Sonucunda Elde Edilen Bulgular ..	43
3.2.1.1. Pastane Şeflerine İlişkin Demografik Bilgiler	43
3.2.1.2. Türk Tatlılarının Turistler Tarafından Tanınırlığına Yönelik Ana ve Alt Temalar	44
3.2.1.3. Turistler Tarafından Beğenilen ve Beğenilmeyen Türk Tatlılarına İlişkin Elde Edilen Bulgular.....	47
3.2.1.4. Pastane Şeflerinin Faaliyet Gösterdikleri İşletmelerde Menülerinde Yer Verilen Türk Tatlıları.....	49
3.2.1.5. Pastane Şeflerinin Türk Tatlılarının Koku, Doku, Lezzet ve Görünüş Özellikleri Hakkında Olumlu ve Olumsuz Görüşler	50
3.2.1.6. Pastane Şeflerinin Türk Tatlılarının Füzyon Mutfak Uygulamaları Kapsamında Geliştirilmesine Yönelik Görüşleri	62
3.2.2. Füzyon Mutfak Uygulamaları Kapsamında Ürün Geliştirme Çalışması	69

3.2.2.1. Uzman Panelistler ile Gerçekleştirilen Duyusal Analizler Sonucunda Elde Edilen Bulgular.....	78
3.2.2.1.1. Füzyon Mutfak Uygulamaları Kapsamında Geliştirilen Ürünlerin Eşlenmiş Kıyaslama Testi Bulguları.....	78
3.2.2.1.1.1. Füzyon Mutfak Uygulamaları Kapsamında Geliştirilen Tulumba Tatlısının Eşlenmiş Kıyaslama Testi Bulguları.....	78
3.2.2.1.1.2. Füzyon Mutfak Uygulamaları Kapsamında Geliştirilen Tel Kadayıf Tatlısının Eşlenmiş Kıyaslama Testi Bulguları.....	80
3.2.2.1.2. Füzyon Mutfak Uygulamaları Kapsamında Geliştirilen Ürünlerin Hedonik Skala Beğeni Testi.....	81
3.2.2.1.2.1. Geleneksel Tulumba ve Maskarpone Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısının Hedonik Skala Beğeni Testi Bulguları.....	82
3.2.2.1.2.2. Tel Kadayıf ve Kadayıf Muss (Mousse) Tatlısının Hedonik Skala Beğeni Testi Bulguları.....	82
3.2.2.1.3. Füzyon Mutfak Uygulamaları Kapsamında Geliştirilen Ürünlerin Kalite Kriterleri Kapsamında Duyusal Değerlendirme Bulguları.....	83
3.2.2.1.3.1. Maskarpone Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısının Kalite Kriterleri Kapsamında Duyusal Değerlendirme Bulguları.....	83
3.2.2.1.3.2. Kadayıf Muss (Mousse) Tatlısının Kalite Kriterleri Kapsamında Duyusal Değerlendirme Bulguları.....	85
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	87
KAYNAKÇA	90
EKLER.....	107
ÖZGEÇMİŞ.....	110

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 1. Kronolojik Sıraya Göre Füzyon Mutfağında Yaşanan Gelişmeler	21
Tablo 2. Eşlenmiş Kıyaslama Testi Ölçeği	38
Tablo 3. Hedonik Skala (Beğeni) Testi Ölçeği	39
Tablo 4. Kalite Kriterleri Kapsamında Duyusal Değerlendirme Ölçeği	40
Tablo 5. Pastane Şeflerine İlişkin Demografik Bilgiler	43
Tablo 6. Türk Tatlılarının Turistler Tarafından Tanınırlığına Yönelik Ana ve Alt Temalar	44
Tablo 7. Turistler Tarafından Beğenilen ve Beğenilmeyen Tatlılar.....	47
Tablo 8. İşletme Menülerinde Bulunan Türk Tatlıları	49
Tablo 9. Pastane Şeflerinin Görüşlerinin Sınıflandırılması.....	51
Tablo 10. Pastane Şeflerinin Türk Tatlılarının Olumlu Özellikleri Hakkında Görüşlerine Yönelik Alıntılar	52
Tablo 11. Pastane Şeflerinin Türk Tatlılarının Olumsuz Özellikleri Hakkında Görüşlerine Yönelik Alıntılar	55
Tablo 12. Pastane Şeflerinin Türk Mutfağına Ait Tatlı Veya Yiyecek Ürünü ile İlgili Füzyon Mutfağı Kapsamında Denedikleri Ürünler	64
Tablo 13. Pastane Şeflerinin Türk Tatlılarının Füzyon Mutfak Kapsamında Geliştirilmesine Yönelik Görüşleri.....	67
Tablo 14. Maskarpone Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısının Standart Reçetesi.....	71
Tablo 15. Maskarpon Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısının Standart Porsiyon Maliyetinin Menü Ögesi Malzeme Maliyetine Göre Belirlenmesi	73
Tablo 16. Kadayıf Muss (Mousse) Tatlısının Standart Reçetesi.....	75
Tablo 17. Kadayıf Muss (Mousse) Tatlısının Standart Porsiyon Maliyetinin Menü Ögesi Malzeme Maliyetine Göre Belirlenmesi	77
Tablo 18. Geleneksel Tulumba Tatlısı (A) ve Maskarpon Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısına (B) Yönelik Eşlenmiş Kıyaslama Testi Frekans Analizi Bulguları.....	80
Tablo 19. Geleneksel Tel Kadayıf (A) ve Kadayıf Mousse (B) Tatlısına Yönelik Eşlenmiş Kıyaslama Testi Frekans Analizi Bulguları	81
Tablo 20. Geleneksel Tulumba Tatlısı ve Maskarpone Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısının Wilcoxon İşaretli Sıralar Testi Sonuçları	82
Tablo 21. Tel Kadayıf Ve Kadayıf Muss (Mousse) Tatlısının Wilcoxon İşaretli Sıralar Testi Sonuçları	83

Tablo 22. Maskarpone Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısının Kalite Kriterleri Kapsamında Duyusal Değerlendirme Bulguları	84
Tablo 23. Kadayıf Muss (Mousse) Tatlısının Kalite Kriterleri Kapsamında Duyusal Değerlendirme Bulguları	86

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Pastane Şeflerinin Füzyon Mutfak Kavramı ile İlgili Görüşlerine Yönelik Kelime Bulutu.....	63
---	----



BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Günümüzde küreselleşmenin etkisiyle birlikte ekonomik, çevresel, siyasal, sosyolojik olarak birçok alanda yaşanan değişimler seyahat ve turizm faaliyetlerinde de etkisini göstermiştir (Ölmez, 2017). Geçmişte deniz, kum, güneş anlayışı içerisinde yapılan seyahatlere alternatif olarak sağlık, kültür, spor ve inanç turizmi gibi yeni turizm türleri önem kazanmaya başlamıştır. Bahsedilen alternatif turizm türlerine özellikle gastronomi turizminin de dâhil olduğu yadsınamaz bir gerçektir (Cömert ve Durlu-Özkaya, 2014). Bu hususun nedeni farklı bir turistik bölgeyi ziyaret edenlerin beklentileri içerisinde, yeni mekânlar görmenin ve farklı kültürleri tanımanın yanı sıra, yeni lezzetleri tanıma ve farklı deneyimler yaşama isteğinin de yatmasıdır. (Kesici, 2012).

Yiyecek ve içecek, destinasyon deneyiminin önemli bir kısmını oluşturmaktadır (Long, 2004). Çünkü bir destinasyonda turist harcamalarının %30'u yiyecek içecek harcamalarına yönelik olmaktadır (TÜRSAB, 2015). Bununla birlikte son yıllarda turistler destinasyon seçimlerinde gidecekleri yerlerin kültürel özelliklerine önem vermekte ve o kültürlere ait mutfakları deneyimlemek istemektedir. Destinasyon seçimlerinde o yerin gastronomik ürünleri önemli bir faktör olmaktadır Çünkü bu ürünler sayesinde orayı ziyaret eden bir turist destinasyonun tarihi, kültürü ile bağ kurmakta ve o destinasyonun kültürünü tanımaktadır (Ergan, Kızılırmak ve Ergan, 2020). Böylece ziyaret edilen bölgelerin mutfakları turistlerin tatil deneyimlerine değer katmaktadır (Albayrak, 2013).

Türk mutfağının küresel çapta sayılı mutfaklar arasında yer aldığı hususu göz önünde bulundurulduğunda Türkiye'nin gastronomi turizmi açısından yeterli çekicilik

unsurlarına sahip olduğu belirtilmektedir (Cömert ve Durlu-Özkaya, 2014). Türk mutfağı içerisinde barındırdığı çeşitli yemek grupları açısından dünyanın en zengin mutfakları arasında yer almaktadır (Talas, 2005). Bu yemek grupları içerisinde yaklaşık 250 adet farklı çeşitle tatlılar da önemli bir yere sahiptir (Cebeci, 2019)

Türk mutfak kültüründe önemli bir yere sahip olan ve yabancı turistlere ziyaret ettikleri destinasyonlarda sunulan Türk tatlıları ile ilgili, turistlerin olumsuz değerlendirmeleri (Örer, 1995; Akman, 1998; Arslan vd., 2002; Budak ve Çiçek, 2005; Özdemir ve Kınay, 2004; Şanlıer, 2005; Akgöl, 2012; Mankan, 2012; Gültekin, 2014) ile karşılaşmıştır. Yapılan literatür taraması sonucunda Türk tatlılarının turist beklentilerinin karşılanması açısından beğeni düzeylerinin artırılmasına yönelik herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Türk tatlılarının özelliklerinin iyileştirilmesi kapsamında öncelikle turistlere bu tatlıların doğrudan sunumunu gerçekleştirdikleri için pastane şeflerinin füzyon mutfak uygulamaları kapsamında Türk tatlılarının geliştirilmesine yönelik görüşleri alınmıştır. Farklı uluslara, yörelere özgü olan yemek pişirme teknikleri ve malzeme türlerinin bilinçli olarak aynı tabakta birleştirilmesiyle oluşan, özgün, yaratıcı ve yenilikçi bir mutfak yaklaşımı şeklinde tanımlanan (Fischler, 1990; Cwiertka, 1999; Sandıkçı ve Çelik, 2007; Gonca; aktaran Can vd., 2012; Mil, 2009, Uyar ve Zengin, 2015) füzyon mutfağının yiyecek içeceklerde hem yenilik ve değişime (Doğdubay vd., 2007) hem de turistlerin ziyaret ettikleri destinasyonlarda zevklerine uygun, yeni tat ve konsept arayışlarına cevap verilmesinin mümkün olacağı belirtilmektedir (Can vd., 2012). Bu kapsamda Türk tatlılarının özelliklerinin iyileştirilmesi açısından, pastane şeflerinin “Türk tatlılarının farklı bir ulusa ait yiyecek ürünü veya yiyecek hazırlama tekniği ile sentezlenmesine yönelik ürün geliştirme konusundaki düşüncelerinin” saptanması ve bu kapsamda yeni ürün geliştirme çalışmalarının gerçekleştirilmesi araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Bu doğrultuda yapılan çalışma gastronomi turistlerinin beklentilerinin karşılanması açısından önem arz etmektedir.

Bu tez çalışması üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırmanın problemi, amacı ve önemi, sınırlılıkları açıklanmıştır. İkinci bölümde gastronomi, gastronomi turizmi ile ilgili kavramlar ve gastronomi turizminin önemi açıklanmış bununla birlikte gastronomi turizminin mutfak akımları ile ilişkisi ortaya konulmuştur. Buna ek olarak Türk mutfağının genel özellikleri hakkında bilgi verilmiş, araştırmanın

konusu kapsamında yer aldığı için Türk tatlılarının özellikleri detaylı olarak ele alınmıştır ve Türk tatlıları ile ilgili yapılan ürün geliştirme çalışmalarından bahsedilerek araştırmanın kavramsal ve kuramsal çerçevesi oluşturulmuştur. Üçüncü bölümde ise; araştırmada tercih edilen nitel araştırma yöntemi detaylı olarak açıklanmış, veri toplama aracı ve sürecinden bahsedilmiş, pastane şefleri ile yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen verilere yönelik ana ve alt temalar oluşturulmuştur. Pastane şeflerinden elde edilen bilgiler içerik ve betimsel analizlere tabi tutularak geliştirilecek olan ürüne karar verilmiştir ve geliştirilen ürünlerin standart reçeteleri oluşturup eğitimli panelistler tarafından duyuşal değerlendirmeler yapılmıştır. Duyusal değerlendirmeler sonucunda elde edilen verilerin analizi gerçekleştirilmiştir. Son olarak elde edilen bulgular doğrultusunda çözüm önerileri geliştirilmiştir.

1.1. Araştırmanın Problemi

İlgili yazında (Örer, 1995; Akman; 1998 Arslan vd., 2002; Budak ve Çiçek, 2005; Özdemir ve Kınay, 2004; Şanlıer, 2005; Birdir ve Akgöl, 2015; Mankan, 2012; Gültekin; 2014) yabancı turistlerin Türk mutfağı ile ilgili beklenti ve görüşlerine yönelik yapılan çalışmaların bulgularına göre Türk tatlılarının tercih edilebilirliğine yönelik olumsuz özelliklerine ve yeterli bir tatmin düzeyine sahip olmadığına rastlanılmaktadır. Arslan vd., (2002) 'ın Alanya bölgesini ziyaret eden turistlerin Türk mutfağı hakkındaki düşünce ve önerilerini saptamak amacıyla yaptıkları araştırmada pasta çeşitlerinin en az beğeni düzeyine sahip yiyecek ürünlerinden biri olduğu saptanmıştır.

Türk mutfağına yönelik gerçekleştirilen farklı bir çalışmada ise Şanlıer (2005) farklı turizm destinasyonlarını ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin bir kısmının Türk tatlılarını bol yağlı ve şekerli, bulduklarını belirtmişlerdir. Mankan (2012)'ın farklı bir destinasyonu ziyaret eden turistlere yönelik gerçekleştirdiğı benzer bir çalışmada da yabancı turistlerin belli bir kısmının Türk tatlılarını bol yağlı ve şekerli bulduğı ifade edilmektedir. Bu çalışmalara benzer başka bir sonuç ile Birdir ve Akgöl (2015)'ün çalışmalarında karşılaşmıştır. Birdir ve Akgöl (2015) yabancı turistlerin Türk tatlılarının şeker oranı sebebiyle en düşük beğeni düzeyine sahip özellik olduğu tespit edilmiştir. Farklı bir çalışmanın sonuçlarına göre ise yabancı turistler tarafından denenen Türk tatlılarının yağlı bulunduğu tespit edilmiştir (Akman, 1998).

Örer (1995), Budak ve Çiçek (2002) ve Özdemir ve Kınay (2004)' ın gerçekleştirdikleri çalışmada ziyaretçilerin belli bir bölümünün Türk tatlılarını ağır bulduklarını tespit etmiştir. Gültekin (2014) tarafından kruvaziyer turizmine katılarak Türkiye'nin herhangi bir yurt içi destinasyonunu ziyaret eden ve Kuşadası limanından seyahat eden yabancı turistlere yönelik yapılan çalışmada ise tatlıların ağır olup olmadığı konusunda genel olarak orta düzeyde katılım gösterdikleri tespit edilmiştir. Türk tatlılarının özelliklerine yönelik kullanılan ağır kavramı detaylı olarak tanımlanmamıştır. Ancak bu araştırma kapsamında pastane şefleri ile gerçekleştirilen görüşmelerde de tatlılara yönelik ağır kavramı kullanılmış ve bu kavramın yağlı, şekerli ve kalorili ifadeleri karşıladığı için kullanıldığı belirtilmiştir.

Yapılan açıklamalardan yola çıkılarak Türk mutfağında yer alan tatlı ve pasta çeşitlerinin turistler tarafından genel olarak olumsuz değerlendirildiklerini söylemek mümkündür. Bu kapsamda Türk tatlılarının beğeni düzeyinin arttırılması ve turist beklentilerinin karşılanması açısından yapılan çalışmaların kısıtlılığı araştırmanın problem konusunu oluşturmaktadır.

1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Turistler seyahat ettikleri ülkelerin mutfak kültürünü tanımak istemektedir. Bu hususun öneminin farkına varılmıştır ve turizm pazarlaması kapsamında kullanılmaya başlanmıştır. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) turist harcamaları raporuna göre yiyecek-içecek harcamalarının payı %30 olarak tespit edilmiştir (TÜRSAB, 2015). Bütün bunlara istinaden son yıllarda gastronomi turizmine önem verilmeye başlanmıştır ve bu turizm türüne yönelik çalışmalar yapılmıştır (Cömert, 2014) Türk mutfağı da gastronomi turizmi açısından yeterli çekicilik unsurlarına sahiptir (Bilgili vd., 2012; Cömert ve Durlu-Özkaya, 2014). Bu çekicilik unsurları içerisinde Türk tatlılarının önemi de yadsınamaz bir gerçektir. Turistlerin seyahatleri esnasında yiyecek tüketimi gerçekleştirdiği işletme menülerinde tatlı çeşitlerinin önemli bir yeri olduğundan bahsedilmesi mümkündür. Tatlıların öneminin bir kanıtı olarak, bağımsız faaliyet gösteren pastane işletmeleri haricinde otel işletmelerinin mutfak organizasyonu yapısı içerisinde pastane ve tatlı bölümleri adı altında ilgili ürünlerin yapımı gerçekleştirilmektedir. Genellikle otel işletmelerinin açık büfelerinde sunulan tatlı türleri aynı zamanda ziyafet

organizasyonlarında, alakart restoranlarda ve lobilerde de misafirlerin hizmetine sunulmaktadır.

İlgili yazında(Örer, 1995; Akman, 1998; Arslan vd., 2002; Budak ve Çiçek, 2005; Özdemir ve Kınay, 2004; Şanlıer, 2005; Akgöl, 2012; Mankan, 2012; Gültekin; 2014) yabancı turistlerin böylesine önemli bir yere sahip olan Türk mutfağına ait tatlı ve pasta çeşitleri ile ilgili olumsuz değerlendirmeleri ile karşılaşmıştır. Bu kapsamda tatlı çeşitlerinin beğeni düzeylerinin artırılması için doğrudan üretimini gerçekleştiren pastane şeflerinin “Türk tatlılarının farklı bir ulusa ait yiyecek ürünü veya yiyecek hazırlama tekniği ile sentezlenmesine yönelik ürün geliştirme konusundaki düşüncelerinin” saptanması ve bu doğrultuda yeni ürün geliştirme çalışmalarının yapılması araştırmanın amacını oluşturmaktadır.

Yeni ürün geliştirme işletmelerin varlıklarını sürdürebilmesi açısından önemli bir husustur. Bu durum yiyecek içecek endüstrisi içerisinde de pazarlama stratejisi açısından önem arz etmektedir. Ürün çeşitliliğinin arttırılmadığı durumlarda müşteri kaybı yaşanabilmektedir. Elbette yeni bir ürünün geliştirmesi için belli süreçlerin takip edilmesi gerekmektedir. Bu süreç üç aşamadan oluşmaktadır; fikir üretme, üretilen fikri gerçekleştirme ve üretilen fikrin ticarileştirilmesidir (Sattler, 2011). Fikir üretme aşamasında son yıllarda popülerliğini arttıran, yeni ürün geliştirme stratejileri içerisinde füzyon mutfak uygulamaları ile karşılaşmaktadır (Doğdubay vd., 2007). Canires ve Guzman (2011), turistlerin destinasyon tercihlerinde sunulan yiyecek içeceklerin kendilerine yakın lezzetler olmasının önemini vurgulamaktadır (aktaran Can vd., 2012). Lan vd., (2012), turistlerin ziyaret ettikleri destinasyonlarda kendi damak tatlarına uygun yeni lezzet ve konseptler aradıklarını belirterek bu görüşü desteklemektedir. Bu bağlamda fikir üretme aşamasında füzyon mutfak uygulamaları ön plana çıkmaktadır. Üretilen fikri gerçekleştirme aşamasında ise teorik düzeyde yenilikçi düşünceler gerçek ürün veya sürece dönüşmektedir. Buna ek olarak geliştirilen ürün pilot uygulamalara tabi tutulmaktadır (İraz, 2005) Geliştirilen fikrin ticarileştirilmesi ise o ürünün tam anlamıyla tüketicilerin hizmetine sunulduğu aşamadır (Sattler, 2011).

Alan yazın taraması sonucunda gerek Türk tatlılarının beğeni düzeylerinin arttırılmasına yönelik gerekse füzyon mutfak uygulamaları kapsamında yapılan yeni ürün geliştirme çalışmalarına pek fazla rastlanılmamıştır. Bu çalışma ile birlikte

yalnızca Türk tatlılarının beğeni düzeylerinin arttırılması değil, aynı zamanda füzyon mutfak uygulamaları kapsamında yiyecek içeceklerde hem yenilik ve değişime (Doğdubay vd., 2007) hem de turistlerin ziyaret ettikleri destinasyonlarda zevklerine uygun, yeni tat ve konsept arayışlarına cevap verilmesine (Can vd., 2012) katkı sağlanacaktır.

1.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırmada iki farklı yöntem başvurulmuştur. Bu yöntemlerin ilki olan nitel araştırma yönetiminde pastane şefleri ile yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Pandemi süreci nedeniyle görüşme yapmayı kabul eden ve Antalya (10), İzmir (4), Balıkesir (2), Muğla (2), Bursa (1), İstanbul, Nevşehir de turistik destinasyonlarda yer alan 5 yıldızlı otellerde çalışan 21 pastane şefi ile sınırlıdır. Görüşmelerin 21 pastane şefi ile gerçekleştirilmesinin sebebi ise çalışmada nitel araştırma yöntemi benimsendiğinden görüşmelerden elde edilen yanıtların belirli bir doygunluğa ulaşmasıdır. Araştırma yalnızca füzyon mutfak uygulamaları kapsamında bilgi sahibi olan ve daha önceden füzyon tatlılar hazırlayan pastane şeflerini kapsamaktadır. Bu hususun temel nedeni araştırmanın amacına ulaşılabilmesi için doğru kişilerle görüşülmesi düşüncesidir.

Araştırmanın amacına yönelik uygulanan bir diğer yöntem ise deneysel yöntemdir. Bu kapsamda araştırmanın bir diğer kısıtlılığı ise duyuşsal analizlerin yalnızca eğitimli panelistlerle gerçekleştirilmesidir. Mücbir sebepten dolayı (Covid-19 pandemisi) turistler duyuşsal değerlendirme sürecine dâhil olamamıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

Yeme-içme fizyolojik bir ihtiyaç olduğu için zorunlu bir turizm faaliyetidir. Turistlerin yiyecek-içecek harcamaları genel harcamalarının yaklaşık üçte birini kapsadığından destinasyonların önemli bir gelir kalemini oluşturmaktadır (Mak vd., 2012). Bu kapsamda turizm, yerel mutfak unsurlarına ait ürünlerin tüketilmesinde aracı bir rol üstlenmektedir. Bununla birlikte yerel gastronomi turistik ürünleri ön plana çıkarmak için çekicilik faktörü olarak kullanılmaktadır. Turistlerin günlük hayatlarında gerçekleştiremediği aktiviteleri telafi etme amacıyla seyahate çıktıkları düşünülmektedir. Bununla beraber, evlerindeki rutin alışkanlıklarını seyahat esnasında da arayan turistler açısından turizm günlük yaşantının devamı niteliğindedir (Richards, 2002). Mak vd., (2012) ziyaretçilerin yiyecek tüketim durumu ile ilgili üç konuya değinmektedir:

- Temel fizyolojik bir ihtiyaç olarak yiyecek tüketimi veya sembolik anlam taşıması sebebiyle yiyecek tüketimi,
- Benzerlik arayışı içerisinde yiyecek tüketimi veya yenilik arayışı düşüncesiyle yiyecek tüketimi,
- Seyahat halindeyken günlük yemek alışkanlıklarının bir uzantısı olarak yiyecek tüketimi veya seyahatleyken bu durumun aksine olacak şekilde yiyecek tüketimidir.

Turistlerin seyahatleri sırasında yeme-içme unsurlarından memnuniyet düzeyleri seyahatlerinden tatmin olma durumu ile karşılıklı bir ilişki içerisinde. Bu açıdan düşünüldüğünde farklı kültürlere mensup turistlerin, yiyecek türlerinden beklentileri ve tatminleri değişebilmektedir (Beltrán vd., 2016). Bahsedilen hususa örnek olarak Canires ve Guzman (2011), turistlerin bir destinasyonu seçerken o destinasyonda

sunulan yiyeceklerin kendi alışkanlıkları dâhilindeki ürünlere yakın olmasının da önemini ifade etmektedir. Lan vd., (2012) turistlerin ziyaret ettikleri turistik bölgelerde kendi damak tatlarına hitap eden yeni lezzet ve konseptler aradığını belirterek bu görüşü desteklemektedir. Gastronomi turistlerinin temel seyahat motivasyonunun yiyecek ve içecekler olduğu belirtilmektedir (Kivela ve Crotts, 2006; Tikkanen, 2007; McKrecher, 2008; Yüncü, 2010; Surenkok vd., 2010; Durlu-Özkaya ve Can, 2012; Horng ve Tsai, 2012).

Gastro-turistler açısından ise ziyaret edilen destinasyonun kendine has yiyecek-içecek ürünlerinin deneyimlenmesinin yanı sıra o destinasyondaki yeni, farklı ve özgün lezzetleri deneyimleme de önemlidir (Can vd., 2012). Bahsedilenlerden yola çıkılarak gastronomi turizminin geliştirilmesi kapsamında farklı uluslara, yörelere özgü olan yemek pişirme teknikleri ve malzeme türlerinin bilinçli olarak aynı tabakta birleştirilmesiyle oluşan, yenilikçi, yaratıcı ve özgün bir mutfak yaklaşımı şeklinde tanımlanan (Fischler, 1990; Cwiertka, 1999; Sandıkçı ve Çelik, 2007; Gonca, 2009; Mil, 2009, Uyar ve Zengin, 2015) füzyon mutfağı uygulamaları ön plana çıkmaktadır.

Bu kapsamda aşağıdaki bölümde ilk olarak gastronomi, gastronominin tarihçesi açıklanarak temel kavramlar ele alınmıştır. İlerleyen süreçte gastronomi turizminin önemine değinilmiş ve araştırmanın konusu ile doğrudan ilişkili olduğu için füzyon mutfağı ile gastronomi turizmi ilişkisi ortaya konulmuştur. İnsanların yeme-içme tercihlerindeki değişimi açıklayabilmek adına füzyon mutfağının oluşumuna zemin hazırlayan süreç tarihsel bir bakış açısıyla ele alınmıştır. Füzyon mutfağı ile ilgili bilgiler verildikten sonra araştırmanın konusu ile doğrudan bağlantılı olduğu için Türk tatlı kültürü ile ilgili detaylı bilgilere yer verilmiştir.

2.1. Gastronomi Kavramı

İlk çağlardan itibaren, varlık gösteren tüm medeniyetler ve oluşumunda rol oynayan bireyler, yaşam faaliyetlerini sürdürdükleri yerin coğrafi özelliklerine göre yemekler üretmiştir ve doğal ortamın kendilerine sunduğu ürün çeşitliliğine göre farklı yemekler yapmışlardır (Sandıkçı ve Çelik, 2007:6). Gastronomiye ilişkin ilk öncü medeniyetler M.Ö. 5. yy'den itibaren Çinliler ve özellikle yeme-içme faaliyetlerini lüks içerisinde gerçekleştiren Romalılar olmuştur. Günümüz Batı ülkelerinde sistematik hale getirilen

gastronomi ilkeler, özellikle Fransa ve İtalya’da Rönesans döneminden sonra gelişim göstermeye başlamıştır (Öney, 2013; Ateş, 2014).

“Gastronomi” ilk kez Antik Yunan döneminde kullanılan bir kelimedir. Lüks Yaşam (The Life of Luxury) veya Gastronomia isimlerinde M.Ö. 4. yüzyılda Archestratus tarafından kaleme alındığı bilinen, Akdeniz bölgesinin yiyecek ve şarap rehberliğinin ele alındığı gastronomi kavramına ilk olarak yer verilen kitaptır. Archestratus en iyi yiyeceği tespit etmek için, Antik Ege bölgesini keşfe çıkmıştır. Bu keşif esnasında kayıt altına aldığı bilgilerde yemeklerin ne şekilde, hangi baharatlar ile pişirilmesi gerektiğine dair öneriler sunulmuş ve kendinden sonrakilere gastronomi alanında ışık tutmuştur (Wilkins ve Hill, 1994:59; akt; Santich, 2004).

Gastronomi kavramı, 1801 tarihi itibariyle Joseph Bercholux tarafından yazılan Gastronomi ya da Tarladan Sofraya İnsan (Gastronomie ou ‘L Homme de Champs a Table) adlı eseriyle yemek ve yeme-içme tüketimi arasındaki ilişkiyi inceleyerek bir bilim dalı olduğu savunulmuş ve literatüre kazandırılmıştır. Grimod de la Ryniere gastronomi gazeteciliğinin kurucusu olarak bilinmektedir. 1804 yılında ilk kez en fazla satışı yapılan yayını olan ve içerik olarak Paris halkına en iyi yiyeceklerin hangileri olduğunu, nasıl ve ne zaman hazırlanmasına yönelik bilgilendirmelerin yapıldığı Almanachs de Gourmands’ı yayınlamıştır. Gastronomi biliminin farklı bir çalışma alanı olarak kavramsal tanıtımı ve gelişimi hakkında değerlendirmelerde bulunan Manuel des Amphitryons (1808), gelecek zamanda üniversitelerin gastronomi bölümlerinin başkanları ifadelerine yer verileceğinin mümkün olabileceğini belirtmiştir. 1808’ yılında anonim olarak kayıtlara geçen Güzel Yaşama Okulu (The School for Good Living) adlı eserde gastronomi “yemek yeme kuralları” olarak ifade edilmiştir (Santich, 2004; Göker, 2011).

Gastronomi kavramını henüz gelişme sürecindeyken halk dilinde yaygınlaştırılmasını sağlayan kişi Fransız avukat ve yargıç olan Jean Anthelme Brillat Savarin’dır (Santich, 2004). 1826 tarihli “La Physiologie du Gout” isimli eseri “Lezzetin Fizyolojisi” olarak İngilizce, Almanca ve İspanyolca dillerine çevrilmiştir. Savarin’in yaptığı bu çalışmada gastronomi kelimesini, menü planlama, yemeğin hazırlanması ve üretim süreçleri, sunum ve iyi yemek pişirme şeklinde ele almıştır (Kaya ve Yurtseven, 2010). Brillat-Savarin gıda ve içecek bilimi alanında yaptığı diğer araştırmalarla da ileride yapılacak olan çalışmalara ışık tutmuştur (Kivela ve Crotts, 2006).

Gastronomi sözcüğü esas olarak Yunanca gaster (mide) ve nomas (yasa) kelimelerinin birlikte kullanılmasıyla oluşmuştur. Gastronomi, ülkelerin mutfak kültürleri arasındaki benzerlik ve farklılıkları birbirinden ayırmaktadır. Bir ülke veya bölgenin kendine özgü yiyeceklerini, yeme içme ile ilgili kültürel özellikleri ve gıda ürünlerini hazırlama tekniklerini belirtir (Kivela ve Crotts, 2005).

Türk Dil Kurumu (TDK)'na göre gastronomi, “*insan sağlığına uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi*” olarak tanımlanırken farklı bir tanıma göre yiyecek ürünlerinin pişirilmesi, hazırlanması, sunulması ve yemek yemenin birbiri ile ilişki olduğu bir süreç olarak ele alınmaktadır (Richards, 2002). Yaygın olarak kabul edilen bir diğer tanımda, gastronominin yalnızca gıdaların hazırlanması ile ilgili olmadığı, aynı zamanda yemeği kiminle, ne zaman, nerede üretildiği ve tüketildiği sorularına yanıt veren bir kavram olduğu da ifade edilmektedir (Rivas vd., 2020).

Gastronomi kavramı ile ilgili yapılan tanımlamalarda farklı özellikler göz önünde bulundurulmaktadır. En genel haliyle gastronomi gıda ürünleri hazırlama, sunum şekilleri, tüketim gibi temel faktörlerin bilim ve sanat yönüyle ön plana çıkarılan iki unsur ile gerçekleşmektedir (Hatipoğlu, 2010). Ön plana çıkan bir diğer tanıma göre; gastronomi, yeme-içme ürünlerinin tarihsel bir süreç içerisinde kapsamlı bir şekilde ifade edilmesi, uygulamaya geçirilmesi ve modernize bir şekilde geliştirilmesini içeren, bilimsel ve sanatsal bir bakış açısıyla katkıda bulunmuş bir bilim dalı olarak tanımlanmaktadır (Eren, 2007). Ünlü ve Dönmez (2008) gastronomiyi sağlık boyutu ile ele almaktadırlar. Bir diğer tanımda ise gastronomi, insan sağlığı gözetilerek üretilmiş, insanları tatmin edebilecek lezzet özelliklerini içeren, yemek ve mutfak organizasyonu olarak ifade edilmektedir (Ünlü ve Dönmez, 2008).

Gastronominin diğer bilim dalları ile ilişkisi göz önünde bulundurulduğu zaman; gıda ürünlerinin kategorize edilmesi için doğa tarihi, gıdaların kalitelerinin anlaşılması için fizik, analizleri için kimya, yemek hazırlamanın bir sanat olarak düşünüldüğünde, lezzetli ürünlerin üretilmesi ile bağlantılı olarak aşçılık, gelir ve uluslararası değişebilen unsurlar olarak ele alındığında ekonomi ve sosyoloji bilim dalları ile ilgilidir (Soner, 2013). Yapılan tanımlamalardan yola çıkılarak gastronomi biliminde üretim ve tüketim yönüyle iki temel faktörün varlığından söz etmek mümkündür. Üretim faktörü kapsamında gastronomi; en iyi yemeği hazırlama, pişirme, sunumunu

gerçekleştirme ve iyi bir sofraya düzeni kurmaktır. Sanat ve bilimi ilişkilendiren, iyi bir yemek tüketimi ve bilgi envanterine sahip olunması gereken, yemeği pişirebilme ve aşçılık mesleği ile ilgili genel kurallar bütünü olarak düşünülmektedir (Aksoy ve Sezgi 2015; Gürsoy, 2017). Tüketim faktörü açısından; iyi üretilmiş yiyecek-içecek ürününden zevk almanın yanı sıra kaliteli gıda ürünlerine bağlı kalınmasından bahsedilebilir (Altinel, 2009:2).

2.2. Gastronomi Turizmi ve Önemi

Gastronomi turizmi kavramı ile ilgili yazında birincil veya ikincil seyahat motivasyonu olarak farklı ve özgün yiyecekleri deneyimlemek için yapılan seyahatleri tanımlamak amacıyla “ yiyecek turizmi, “ mutfak turizmi”, “ gurme turizmi”, “gıda turizmi”, “şarap turizmi”, “beslenme turizmi”, “gastronomik turizm” şeklinde farklı kavramlara yer verilmektedir (Shenoy, 2005; Kivela ve Crofts, 2006; Doğdubay ve Giritoglu, 2008; McKrecher vd., 2008; İnceöz, 2009; Yüncü, 2009; Surenkoc vd., 2010; Lin vd., 2011; Lan vd., 2012; Yarış, 2014). Gastronomi turizmine yönelik ortaya çıkan kavramlar her ne kadar farklı olsa da temelinde bulunan unsurun farklı kültürlerin yiyecek ve içeceklerini deneyimlemek amacıyla bir destinasyonun ziyaret edilmesi olduğu belirtilmektedir (Durlu-Özkaya ve Can, 2012).

Yukarıda verilen bilgilere ek olarak; Karim ve Chi (2010:532), insanların belirli bir turistik bölgedeki yiyecek ve içecekleri tanımak amacıyla yapılan seyahatler olması özelliğiyle gastronomi turizmi, yiyecek turizmi, mutfak turizmi ve şarap turizmi gibi kavramların aynı anlama geldiğini düşünerek konuya açıklık getirmektedir. Bu ifadeyle paralel olarak kullanılan kavramın aslında önemli olmadığı, asıl amacın bir destinasyona yönelik turizm hareketliliğini teşvik etme ve geliştirmede gıda ürünlerinin önemli bir unsur olarak kullanılması gerektiği şeklinde ifade edilmektedir (Lin, 2006: 11). Bu tanımlamaların aksine gastronomi turizmi ve mutfak turizmi kavramlarının anlamsal olarak farklılaştıkları belirtilmektedir (Kivela ve Crofts, 2005; Ignatov ve Smith, 2006). Yapılan ayrıma göre gastronomi turizmi, yemeğin tüketim durumu, yemekten zevk alma ve nitelik unsurlarını konu almaktadır (Ignatov ve Smith, 2006).

Gastronomi Turizmi ilk olarak 1998 yılında Lucy M. Long tarafından “mutfak turizmi” ismiyle turistlerin farklı kültürlerin yiyecek ürünlerini deneyimleme

düşüncesi olarak öne sürmüştür (Long, 2004; aktaran Yarış, 2014). Mutfak turizmi gıda malzemelerini, gıdaları hazırlama ve üretim aşamalarını, yiyecekler ile ilgili faaliyetleri ve çekim unsurlarını kapsamaktadır (Kivela ve Crofts, 2005). Şarap turizmi ise şarapları tatma ve şarap üretim alanlarını ziyaret etme gibi motivasyonları oluşturmaktadır (Charters ve Knight, 2002). Bir diğer benzer ifade ise gıda turizmidir. Gıda turizmi; bir destinasyonu ziyaret eden turistlerin yöresel ürünleri deneyimlemesi ve satın alma davranışında bulunmasıdır. Bu durum o bölgeye has gıda üretimi gerçekleştiren destinasyonların özellikleri ile ilgili bir husustur (Shenoy, 2005).

İlgili yazında gastronomi turizmi ile ilgili birçok tanımlama mevcuttur. Gastronomi turizmi Hall ve Mitchell (2005:74)' e göre “*Yiyecek festivallerini, restoran işletmelerini ve özel yemek üretim alanlarını, birincil ve ikincil gıda üreticilerini ziyaret etme amacıyla yapılan seyahatler*” şeklinde tanımlanmaktadır. Bir başka tanıma göre ise gastronomi turizmi; ilk defa bir yeme-içme alışkanlığı dışında kalan yiyecek ürününün oluşturduğu motivasyon olarak ifade edilmektedir (Harrington ve Ottenbacher, 2010). Farklı bir tanımda ise; temel motivasyon faktörü bir yiyeceğin tadına bakmak veya bir yemeğin üretimini birebir deneyimleme amacıyla, yerel ya da kırsal bölgelere, restoranlara, festivallere ve özel üretim merkezlerini ziyaret etme şeklinde açıklanmaktadır (Yüncü, 2010:29).

Gastronomi turizmi yalnızca yiyeceklerin üretim ve tüketim boyutuyla ilgili bir kavram değildir. Gastronomi turizminin temellerini tarım, kültür ve turizm oluşturmaktadır. Bahsedilen üç unsur gastronomi turizmini bölgesel çekicilik ve deneyim şeklinde pazarlanması açısından bazı fırsatlar sunmaktadır. Gastronomi turizmi, kırsal kesimlerde yiyecek üreticilerine ve tarım ürünlerinin değerini arttırmak için bir alternatif olarak sunulabilir. Kültürel anlamda gıda çeşitliliği bakımından zengin olan bölgelerin yiyecek kültürü ile ilgili etkinlikler oluşturulabilir ve bu sayede destinasyonlar turist çekim merkezlerine dönüştürülebilir. Yiyecekler turistler için çekicilik unsuru olmalarının yanı sıra yan etkinlik kapsamında farklı turizm türleri ile sentezlenebilir (Quan ve Wang, 2004:303). Gastronomi turizmi farklı turizm türleri ile ilişki içerisinde olduğu gibi bağımsız olarak da önemli avantajlar oluşturmaktadır (Kemer, 2011; Zengin ve Uyar, 2015). Bu avantajlar ulusal, bölgesel ve yerel olarak üç şekilde ele alınmaktadır (Kargiglioglu, 2018; Öney, 2013).

Ulusal Açıdan:

- Ulusal gastronomi ve turizm hareketlerini karşılıklı olarak teşvik eder.
- Önceden belirlenen ulusal gastronomi ve turizm alanındaki amaçların belirlenmesinde öncü bir rol oynamaktadır.
- Devlet tarafından teşvikler sağlanmaktadır.
- Ulusal markalaşmaya etki etmektedir.
- Ekonomik açıkların doldurulmasını sağlamaktadır.
- Gelişme potansiyeli olan geniş bir pazar oluşumuna imkân tanımaktadır.
- Fuar, toplantı ve tur şirketleri için satış imkânı sunmaktadır.
- Satışların artışına paralel olarak vergi gelirlerini arttırıcı bir etkiye sahiptir.

Bölgesel Açıdan:

- Bölgesel anlamda gastronomi ve turizm hareketlerini karşılıklı olarak teşvik eder.
- Bölgesel gastronomi ve turizm alanındaki amaçların belirlenmesinde rehber konumundadır.
- Yerel yönetimlerin desteğini sağlamaktadır
- Gayrimenkul değerlerinin muhafaza edilmesine katkı sağlamaktadır.
- Finansal kaynakların geri dönüşümüne olanak vermektedir.
- Finansal destekler ve nitelikli personel gibi dış kaynakları çekim gücüne sahiptir.
- Yerel kimlik ve özgün bir marka kişiliğinin oluşumuna etki etmektedir.
- Otel ve restoran işletmelerinin doluluk oranlarının artmasına yardımcı olmaktadır.
- Tanıtım ve pazarlama unsurları kapsamında yeni bir iş sahası ortaya çıkarmaktadır.

Yerel Açıdan:

- Yerel üretici zincirlerinin kurulmasını sağlamaktadır.
- Üretici pazarlarının oluşumunu sağlar.
- Yol üstü satış tezgâhları, çiftlik satışları gibi doğrudan satışlara imkân tanımaktadır.

- Direkt olarak yiyecek-içecek işletmelerine ve tüketicilere satış olanağı sağlamaktadır.
- Kültürel çeşitlilikleri ön plana çıkaran etkinlikler düzenlenmektedir.
- Misafirlerin tekrar ziyaret etme niyetini olumlu yönde etkilemektedir.
- Yöresel gıda ürünlerinin değerini arttırmaktadır.
- Sermaye birikimine destek olmaktadır.

Gastronomi turizmi, yukarıda bahsedilen unsurlar doğrultusunda bir bölgeyi ziyaret eden turistlerden, yerel paydaşlara kadar bütün faktörleri olumlu yönde etkileyen bir unsurdur. Bu sebeple gastronomi turizmi, ülkelerin ve bölgelerin faydalanmak istediği turizm türlerinin başında yer almaktadır (Kargiglioglu, 2018). Gastronomi turizmi içerisinde de ülkelere ve bölgelere fayda sağlaması adına turistlerin bir destinasyonu ziyaret etmelerinde etkili bir unsur olan mutfak kültürleri önem arz etmektedir (Albayrak, 2013). Türk mutfak kültürü de zengin ve farklı bir yapıya sahip olmasından dolayı gastronomi turizmi açısından ön plana çıkmaktadır (Cömert ve Durlu-Özkaya, 2014). Ancak turistlerin bir bölgeyi ziyaret etmelerinde yerel yiyecek ve içecekleri deneyimleme amacıyla ziyaret gerçekleştirdikleri belirtilse de (Yüncü, 2009) alışılmışın dışında olan lezzetleri deneyimlemenin de önemli olduğundan bahsedilmektedir (Can vd., 2012). Bu kapsamda aşağıdaki bölümde turistlerin yeni ve farklı lezzetleri deneyimleme ihtiyaçlarına cevap verebilecek füzyon mutfak uygulamaları detaylı olarak açıklanmıştır. Füzyon mutfak uygulamalarına değinmeden önce bu mutfağın oluşumuna zemin hazırlayan mutfak akımları tarihsel bir bakış açısıyla ele alınmıştır.

2.3. Mutfak Akımları

İnsanoğlu ilk çağlardan itibaren yiyeceklerin iyi ve güzel olanını arayış içerisindeydi. Bu durum günümüze kadar sürmüş ve gelecekte de devam edeceği öngörülmektedir. (Sünnetçioğlu ve Özkök, 2017:592) Ülkeler bu arayışları karşılamak adına gelenek ve göreneklerini yansıtan farklı yemekleri insanlar için gastronomi turizmi hareketliliği kapsamında çekicilik unsuru haline getirmektedir (Yenipınar ve Yedigöz, 2015). Gastro-turistler açısından ziyaret edilen bölgenin kültürüne has yiyecek-içecekleri deneyimlemenin yanı sıra farklı, özgün ve yeni lezzetleri deneyimleme de önem arz

etmektedir (Kivela-Crotts, 2006; McKrecher vd., 2008; Güzel, 2009; Surenkok vd., 2010; Yüncü, 2010; Durlu ve Can, 2012).

Türk mutfağı Orta Asya'dan günümüze kadar geçen süreçte farklı kültürlerin tesiri altında gelişerek zenginleşmiştir (Göker, 2011; Güzel, 2009). Akdeniz, Asya, Avrupa ve Afrika kültürlerinden etkilenmesi Türk mutfağına yönelik ayrı bir çekicilik oluşturmaktadır (Karaca vd., 2015). Küresel değişim ve dönüşümler ile birlikte insanların beklentilerinde birtakım farklılıklar meydana gelmiştir. Bunun bir sonucu olarak yerel mutfakların dışında yeni mutfak akımları doğmuştur. Bahsedilen akımlarla estetik sunumlar ve farklı yemekler oluşturabilmek mümkündür (Tanrısevdi ve Atabey, 2020: 211). Bu bölümde, çalışmanın amacı çerçevesinde geliştirilecek olan ürünler füzyon mutfağı uygulamaları kapsamında gerçekleştirileceği için öncelikle füzyon mutfağının oluşumuna kadar geçen süreç tarihsel bir bakış açısıyla ele alınmış daha sonra füzyon mutfak kavramı, füzyon mutfağının tarihsel gelişimi ve füzyon mutfağının turistler açısından önemi açıklanmıştır.

2.3.1 Rafine Mutfak (Haute Cuisine)

Roma İmparatorluğunun çöküşü ile birlikte Fransız mutfağı Orta Çağ'da şekillenmeye başlamıştır. Orta Çağ dönemine kadar gelişen süreçte insanların farklı kültürler ile ilişkilerinin az olması ve yalnızca sınırlı sayıda gıda ürünü kullanımı mutfakların gelişim sürecini olumsuz yönde etkileyen bir husustur. Orta Çağ döneminde ise yaşanan göçler ve savaşlar neticesinde kültürel etkileşimler meydana gelmiştir. Bu durum mutfakların gelişim sürecine katkıda bulunmuş ve çeşitliliğe neden olmuştur. Ortaçağ döneminin mutfakların gelişimine katkısının yanı sıra eksi yönlerinden de bahsetmek mümkündür. Bunlardan biri toplumsal sınıflar arasında sosyo-ekonomik unsurlara bağlı olarak her kesimden insanın tüketmek istediği gıda ürününden faydalanamıyor oluşudur. Lüks gıdalar (hayvansal ürünler) yalnızca soylu sınıf tarafından tüketilirken, alt sınıfa mensup kişiler tarafından tüketimi yasaklanmıştır. Ortaçağ döneminin bir diğer olumsuz özelliği de Kilise'nin her kesim üzerinde söz sahibi olmasıdır. Bu husus insanların beslenme şekillerinin cinsiyet, yaş, meslek, sınıf ve sosyal statülerine yönelik ağır yaptırımlar getirilmesine neden olmuştur. Bahsedilen hususlar ile ilgili öğün sayıları, yemekleri pişirme yöntemleri, tüketim miktarı,

yiyecek-içecek türlerine kadar pek çok konu için kısıtlamalar getirilmiştir (Morgado, 2016:10).

Fransız mutfağı 16. Yüzyılın ortalarına kadar malzeme türü ve pişirme teknikleri bakımından sıradan bir mutfak yapısına sahiptir. 1533 yılı Fransız mutfağının dönüm noktası olmuştur. Floransalı Catherine de Medici ile Fransız veliaht prens II. Henry'nin ile evlenmesi sonucu Fransız mutfağı köklü bir şekilde değişmiştir. Catherine 'nin beraberinde getirdiği aşçılar İtalyan mutfak kültürünü Fransız saray mutfağına taşımasıyla değişime neden olmuştur. Fransız mutfak kültüründe yer alan et, tahıl, sebze ve meyvelere ek olarak farklı gıda ürünleri bu mutfağın zenginleşmesine katkıda bulunmuştur. Gıda ürünlerinin yanı sıra İtalyan mutfağına özgü pişirme teknikleri ve sofrada adabı gibi hususlarda Fransız mutfağını önemli bir şekilde etkilemiştir. Örneğin, 1533 yılına kadar yemekleri elle tüketen Fransa'nın saray yaşam kurallarını belirgin bir şekilde etkileyerek çatal kullanımına öncülük etmiştir ve yeme-içmeyi uygar bir hale getirmiştir (Clark,1975:34).

Catherine Medici 'den sonraki dönemlerde Fransa saray mutfağı ve halk mutfağı şeklinde bir sınıflandırmanın varlığından söz etmek mümkündür. Bahsedilen sınıflandırma özellikle saray çevresinde gelişmesinden dolayı Avrupa'da rafine mutfak (Haute cuisine) olarak adlandırılmaktadır. Rafine mutfak yüksek sınıf mutfağı ve üstün gıda olarak tanımlanmaktadır (Oxford, 2016; aktaran Uçuk, 2017:22). 17. yüzyılda şekillenmeye başlayan rafine mutfağı; yiyecek türü, pişirme teknikleri, sunum şekilleri gibi unsurlar saray mutfağını halk mutfağından belirgin bir şekilde ayırmıştır. Saray çevresinde varlığını gösteren rafine mutfağın gelişiminde iki önemli faktör rol oynamıştır. Birincisi, Fransa kralı XVI. Louise'in mutfağına olan merakı ve aşçılık mesleğine saygı duymasıdır. XVI. Louise döneminde aşçılık okulları açılmıştır ve aşçılık eğitimi sistematik hale getirilmiştir (Beaugé, 2012).

Rafine mutfağın gelişiminde rol oynayan diğer faktör ise François Pierre tarafından 1651 yılından yazılan Fransız Şef (Le Cuisinier François) adlı kitaptır. Bu kitapta François Pierre kendi yemek tariflerine yer vermiştir ve Fransız mutfağında büyük bir devrim yaratmıştır. Le Cuisinier François kitabı ile Orta Çağ döneminde kullanılan yoğun baharatların (kimyon, zencefil, tarçın çörekotu vb.) yerine adaçayı, defneyaprağı, Frenk maydanozu, kekik, tarhun gibi baharatların kullanımı yaygınlaşmıştır. Bezelye, karnabahar, kuşkonmaz, bezelye ve salatalık gibi Fransız

mutfağında önceden kullanılmayan sebzeler mutfaklarda yerini almaya başlamıştır. Bunun dışında et, balık ve sebzelerin taze olarak tüketimi yaygınlaşmıştır. Pişirme yöntemleri gelişmiş yemeklerin lezzeti en üst düzeye çıkarılmıştır. Yemeklerde eklenen ağır soslar yerine tat ve görüntü uyumunu sağlayan soslar kullanılmaya başlanmıştır. Tatlı ve tuzlu gibi farklı malzemelerin aynı tabakta kullanılması yöntemi terk edilmiş ve bu ürünler belirli bir sıra dâhilinde sunulmaya başlanmıştır (Trubek, 2000: 4; Aksoy ve Üner; 2006: 24).

2.3.2 Yeni Mutfak (Nouvelle Cuisine)

Fransa'nın başlangıç noktası olan ve diğer kültürlerin mutfaklarına da etki eden diğer mutfak akımı 1730'lu yıllarda başlayan yeni mutfak akımıdır. Yeni mutfak yemeklerde kullanılan gıda ürünlerini, pişirme ve sunum tekniklerini önemli ölçüde farklılaştırmıştır. Bu farklılaşma mutfağın sistematik ve bilimsel bir hale gelmesini sağlamıştır (Güran, 2011).

1765 yılında modern tarzda Boulanger tarafından Paris'te ilk restoranın açılması hızlı bir şekilde pek çok insana ilham kaynağı olmuş ve 1820'li yıllarda şehirdeki restoran sayısı 3000'in üzerine çıkmıştır (Ferguson, 1998). Bu gelişme zamanla yemek ve eleştirilenliğinin oluşumuna neden olmuştur. Bu sayede şefler arasında rekabet düzeyi artmış ve yenilik ve mükemmeli yakalama duygusunu ortaya çıkarmıştır (Durand, Rao ve Monin, 2007).

1789 yılında Fransız ihtilalinin etkisiyle aristokrat sınıfın ortadan kalkmasına sebebiyet vermiştir. Bu durumun bir sonucu olarak bu sınıfın güdümünde olan aşçılar farklı restoranlarda veya kendilerinin açtığı restoranlarda çalışmak zorunda kalmıştır (Durand, Rao ve Monin, 2007). Bununla birlikte rafine mutfağın halk tarafından da bilinirliğinin artmaya başlaması kaçınılmaz bir hale gelmiştir. Rafine mutfağında ihtilal öncesi gösterişli ve yüksek maliyetli yemekler yer almaktadır. Sosyal, politik ve ekonomik koşulların değişmesiyle rafine mutfağı ihtilal döneminde yeniden şekillenmiştir. Bu değişimin öncüsü aşçılık tarihinin tanınmış şeflerinden biri olan Marie Antoine Carême ve onun yaptıklarını dikkate alarak takip eden öğrencileri olmuştur. Carême sayesinde abartılı, yüksek maliyetli, birbirinin benzeri ve porsiyonu büyük olan yemekler yerini sade, göze hitabeden ve ekonomik ve küçük porsiyonlu yemeklere bırakmıştır. Aynı zamanda bir öğün içerisinde yer alan yemeklerin sayısı

azaltılmış ve mutfak ve hijyen kurallarına uygun olarak planlamıştır (Abrams, 2013; Deroy vd., 2014).

Carême ve öğrencilerinin temelini oluşturduğu Klasik Fransız mutfağının üst düzeylere taşınması Auguste Escoffier sayesinde gerçekleştirilmiştir. Escoffier, yemeklerin belirli bir düzen dâhilinde tüketilmesine imkân veren modern menüleri tasarlayan ilk kişi olmuştur (Beaugé, 2012). Escoffier tasarladığı yeni organizasyon yapısı ile mutfağı bölümlere ayırarak iş bölümü ve uzmanlaşmayı sağlamıştır. Bunun bir sonucu olarak mutfak çalışanları arasından hiyerarşik düzen oluşmuştur. Bu sayede mutfaklarda iş gücü, zaman ve aşırı malzeme kullanımlarında tasarruf etme düşüncesiyle organizasyon anlayışı sürdürülmüştür (Ganter, 2004). Bununla birlikte Carême 'in yemek hazırlama anlayışını sürdürmüş ve daha ileriye taşımıştır. Sonuç olarak; yeni mutfak akımının etkisiyle yemeklerin sunumuna özen gösterilmiş, yemeklerin porsiyon miktarları en uygun seviyeye indirgenmeye çalışmış ve mutfak sistematik ve bilimsel bir bakış açısıyla organize edilmiştir (Durand, Rao ve Monin, 2007; Güran, 2011).

2.3.3. Avangart Mutfak (Avantgarde Cuisine)

Klasik Fransız mutfağı Escoffier 'in faaliyet gösterdiği dönemlerde en üst düzeye çıkmış, dünya çapındaki hâkimiyetini 1960'lı yıllara kadar sürdürmüştür Bu dönemde başarılı şefleri, Carême ve Escoffier 'in koyduğu mutfak kurallarını başarılı bir şekilde uygulamıştır. Dönemin şefleri perspektifinden düşünüldüğünde yapılan yemeklerin her seferinde daha iyi bir versiyonunu ortaya koymak yerine, mükemmele ulaşan yemeğin sürekli olarak tekrarının yapılması haline gelmiştir. Bu husus aşçılığı yeniliklere kapalı, sabit kurallara bağlı, kendini tekrarlayan bir meslek haline getirmiştir. Bu duruma karşın küresel değişim ve dönüşümler her dönemde olduğu gibi ilerleyen süreçte mutfak ve aşçılık sanatının da gelişimsel sürecini olumlu yönde etkilemiştir (Rao, Monin ve Durand, 2003).

1930-1960'lı yıllarda ikinci dünya savaşının yaşandığı dönemde teknolojik olarak değişimler yaşanmış ve sosyal alanda dönüşümler meydana gelmiştir (Ganter, 2004). Yaşanan değişim ve dönüşümler sanatsal ve siyasal alanları etkilemiş, var olan sisteme karşı çıkan avangart akım küresel anlamda dünyanın her yerine yayılmıştır (Bürger, 1984). 1960'lı yıllarda başlayan bu akım bazı yenilikçi restoran ve şefleri etkilemiştir

(Aksoy ve Üner, 2006:8). Bu sebeple 1960'lı yılların sonunda başlayan yenilik hareketlerine avangart mutfak akımı denilmektedir (Rao, Monin ve Durand, 2003).

Bu değişim hareketi aynı zamanda “avent gerde mutfak”, “ilerici mutfak” veya “şok mutfağı” olarak da bilinmektedir (Kırım, 2005). Zamanla klasik mutfak ile avangart mutfak arasındaki farklılaşma dünyanın en iyi şeflerini gelenekçiler ve yenilikçiler olarak ikiye ayırmıştır. Bu akımın kurucularından biri olan Henri Gault yenilikçi şeflerin malzeme kullanımı, ekipman, yemek hazırlama, sunum ve menü oluşturma tarzı açısından ortak özelliklerine değinmektedir. Yenilikçi şefler malzeme kullanımı açısından mümkün olduğunca en taze ürünleri kullanmışlardır. Ekipman kullanımında modern araçlar tercih edilmiştir. Yiyecekleri hazırlarken güçlü marinasyonlardan kaçınılmış, yemeklerde kullanılan ağır soslar yerini taze baharat ve ekşi gıda ürünlerine bırakmıştır. Gıdaların tat ve aromalarını koruyabilmesi için pişirme süresi kısaltılmış, buharda pişirme yöntemi daha sık tercih edilmeye başlanmıştır. Geniş menüler yerine daha anlaşılır kısa menüler oluşturulmuştur. Son olarak sunumlarda farklı malzemeler kullanılarak yeni kombinasyonlar geliştirilmiştir (Rao, Monin ve Durand, 2003; Aksoy ve Üner; 2016).

2.3.4. Füzyon Mutfak (Fusion Cuisine)

Avangart akımının getirdiğı değişim ile beraber ülkeler mutfak kültürleri açısından sınırlarını aşıp küreselleşmeye başlamıştır. Kültürel etkileşimlerin artması farklı mutfak kültürüne ait birçok malzeme, tarif, yiyecek hazırlama tekniğinin tek bir mutfak kültürü içerisinde kullanılmasına neden olmuştur (Scartapo, 2003). Sonuç olarak, farklı kültürlere özgü mutfak unsurlarının tek çatı altında birleştirilmesiyle füzyon mutfak akımı doğmuştur (Erdem ve Akyürek, 2017:108).

Fransızca “fusion” kelimesinden Türk diline geçen füzyon kelimesi Türk Dil Kurumu sözlüğünde “birleşme, kaynaşma” olarak tanımlanmaktadır. Füzyon kelimesi kullanıldığı alan itibariyle farklı bir anlam taşımaktadır. Hukuk alanında iki grup mal varlığının birleşmesi; işletme alanından; iki veya daha çok şirketin alacak ve borçlarının birleştirilerek, yeni bir ticari unvan altında birleştirilmesi (Kılıçhan 2016:71) ;mühendislik alanında farklı kaynaklardaki bilgilerin birleştirilerek sistemi temsil eden tek bir düzenin oluşturulması (Biroğul, Sönmez ve Güvenç, 2007:236)

şeklinde ifade edilmektedir. Gastronomi biliminde ise füzyon farklı ulusların mutfak kültürlerinin birleşimi olarak tanımlanmaktadır (Kılıçhan, 2016:71).

Füzyon mutfağına ilişkin çeşitli tanımlamalar mevcuttur. Füzyon mutfağı; farklı uluslara, yörelere özgü olan yemek pişirme teknikleri ve malzeme türlerinin bilinçli olarak aynı tabakta birleştirilmesiyle oluşan, özgün, yaratıcı ve yenilikçi bir mutfak yaklaşımı şeklinde tanımlanmaktadır (Fischler, 1990; Cwiertka, 1999; Sandıkçı ve Çelik, 2007; Gonca; aktaran Can vd., 2012; Mil, 2009, Uyar ve Zengin, 2015). Bir başka tanımda füzyon mutfağı; farklı uluslara ait özel yemeklerin birbirleriyle harmanlanarak farklı bir mutfağın oluşturulması şeklinde ifade edilmektedir (Doğdubay vd., 2007:39). Stano (2014), Yenilikçi ve kusursuz yemekler yapabilmek için farklı mutfak kültürüne ait yiyeceklerin kombine edilmesini füzyon mutfağı olarak tanımlamıştır. Farklı bir tanımda (Cwiertka, 1999) füzyon mutfağını farklı yöntemleri, farklı yörelere özgü pişirme teknikleri ve gıda ürünlerini alışlagelmiş tatların dışında bir lezzet yaratmak amacıyla birleştirilerek ortaya çıkarılan orijinal, reformist ve yaratıcı bir yöntem olarak belirtmektedir. Füzyon mutfağını yapılan açıklamalar çerçevesinde en az iki farklı ulusa ait mutfak kültürünün bilinçli bir şekilde tek tabakta sentezlenmesi olarak tanımlamak mümkün olacaktır. Bu düşünceyle hareket edilirken bir milletin kültürü diğerinden üstün olmayacak şekilde yapılmalıdır. Bu kapsamda füzyon mutfak uygulamaları iki ayrı milletin mutfak malzemelerinin ve yöntemlerinin sentezlenmesidir (Keegan, 2017). Aşağıdaki resimde Peru ve Çin mutfağının bilinçli olarak tek bir tabakta birleştirilmesine yönelik bir örnek gösterilmiştir.



Resim 1. Wantan and Salsa

Kaynak: (www. exquisite-taste-magazine.com, 2021).

1970’li yıllarda ortaya çıktığı bilinen füzyon mutfağı (Hall ve Mitchell, 2002:194); Fransız şeflerin Fransız mutfağına özgü yemekler ile Asya mutfağına ait lezzetlerin birleştirilip sunulmasıyla şekillenmeye başlamıştır. Bu mutfak tekniğı önce Amerika ve Avrupa’da yaygınlaşmış, daha sonra dünyanın pek çok bölgesine taşınarak bir trend haline gelmiştir (Gopnik, 1997). Tarih boyunca her eğilimin gelişiminde etkili isimler olmuştur. Fransız ve Çin mutfağını sentezleyerek yemekler sunan Avusturya doğumlu Amerikan şef Wolfgang Puck ve Çin asıllı Amerikan şef Richard Wing füzyon mutfağının önde gelen isimleri olarak bilinmektedir. Füzyon mutfağına dair daha sonra gerçekleşen gelişmeler Tablo 1.’de kronolojik olarak belirtilmektedir.

Tablo 1. Kronolojik Sıraya Göre Füzyon Mutfağında Yaşanan Gelişmeler

Yıl	Kronolojik Sıraya Göre Füzyon Mutfağında Yaşanan Gelişmeler
1850	İlk Güney Çin (Cantonese) restoranı San Francisco’da açıldı.
1884	Londra’da Nippon Rioriya isimli ilk Japon restoranı açıldı.
1885	Louis Sherry tarafından New York’da Japon konseptli ilk restoran açıldı.
1959	ABD’de ilk kaydı olan Chada Thai isimli Tayland yemekleri sunan restoran açıldı.
1961	Amsterdam’da Viet Nam isimli Vietnam yemekleri yapan restoran açıldı.
1983	Wolfgang Puck, Kaliforniya’nın San Monica şehrinde Chonis on Main restoranını açtı.
1987	Şef Nobuyuki Matsuhisa, Beverly Hills’te ilk Peru-Japon konseptli restoranı açtı.
1989	Floridalı şef Norman Van Aken, Amerikan mutfağı üzerine yapılan bir sempozyumda füzyon mutfağından bahsetmektedir.
1992	Şef Jean-Georges Vongerichten, Fransız-Tayland füzyon yemeklerinden oluşan bir menü ile Mantthan’da Vong isimindeki restoranı açtı.
1994	Hugh Carpenter, Fusion Food Cook-Book adlı kitabında füzyon mutfağı ile ilgili tariflere yer vermiştir.
2001	Yazar Albert Sonnenfeld, Food: A Culinary History adlı kitapta füzyon mutfağının tanımını yapmıştır.
2009	Şef David Chang, Momofuku isimli restoranda füzyon mutfağından yemekler sunmuştur.
2010	Şef Danny Bowien San Francisco’da Mission Cheese isimli restoranda Meksika-Çin füzyonu yemeklere yer vermiştir.
2013	Şef Danny Bowien, Manhattan’da Mission Cantina adında Meksika-Çin füzyonu yemekler sunan restoranı açtı.

Kaynak: (www. exquisite-taste-magazine.com, 2021)

Yukarıdaki tabloda füzyon mutfağının gelişimine zemin oluşturan önemli şeflere, yazarlara ve tarihlere yer verilmiştir. Füzyon mutfağının yaygın bir şekilde

benimsenmesini sağlayan bazı etkenler bulunmaktadır. Bunlardan ilki, küreselleşmenin etkisiyle hızlı tüketim alışkanlığının oluşması, ikincisi, modern yiyecek üretim sistemlerinin oluşturulması, üçüncüsü, yemek tarifleri ile ilgili dokümanların artması ve son olarak mutfak profesyonelleri gıda ve restoran piyasası arasında ortaya çıkan rekabetin artmasıdır (Gioffre, 2010).

Füzyon mutfağı genel anlamda bir farklılık yaratma amacı taşımaktadır (Cook ve Crang, 1996). Gıda sektöründe faaliyet gösteren restoranları ziyaret eden misafirlerin yanı sıra gastronomi turizmine katılan turistlerin buldukları ortamda yenilik ve çeşitlilik arayışı içerisinde olan kişilere füzyon mutfak uygulamalarının özel bir deneyim yaşatacağı düşünülmektedir (Kılıçhan, 2016). Aynı zamanda turistlerin ziyaret ettikleri destinasyonlarda farklı kültürlere ait yemekleri tanıma isteklerinin yanı sıra kendi kültürüne yakın yiyecekleri tercih etme davranışında bulunması füzyon mutfağının o destinasyon için önemini ortaya koymaktadır (Canizares ve Guzman, 2011 aktaran Can vd., 2012).

Araştırma kapsamında Türk tatlılarının turistler tarafından olumsuz değerlendirmeleri ile karşılaşıldığından füzyon mutfağı uygulamalarının gastro-turistlerin beklentilerini karşılaması açısından büyük bir öneme sahip olduğu düşünülmektedir. Bu doğrultuda öncelikle aşağıdaki bölümde Türk mutfağında tatlı kültürü detaylı olarak ele alınmış, daha sonra Türk tatlılarına yönelik yapılan çalışmalardan bahsedilmiştir.

2.4. Türk Mutfağında Tatlı Kültürü

Mutfak kültürü insanların yaşamsal faaliyetlerini sürdürebilmek amacıyla yiyecek ve içecek çeşitlerinin hazırlanmasında ve muhafaza edilmesinde kullanılan araç ve gereçleri, yöreden yöreye farklılaşan yeme içme alışkanlıklarının oluşturduğu ritüel ve uygulamaları içeren kültürel bir yapı olarak ifade edilmektedir (Maviş, 2003). Her ulusun mutfak kültürü buldukları konum itibarıyla kendine has bir özellik taşımaktadır (Baykara, 2001; Güldemir, 2014). Türk mutfağı da coğrafi konumu, iklimi ve farklı kültürler ile yaşanan etkileşim sonucu oluşmuştur. Gastronomi uzmanları Türk mutfağını Fransız ve Çin Mutfağı ile dünyanın en zengin mutfaklarından biri olarak kabul etmektedir (Aktaş ve Özdemir, 2007; Tez, 2015).

Turistlerin bir ülkeyi ziyaret etmelerindeki en önemli hususlardan biri gittikleri bölgenin mutfak kültürünü tanıma isteğidir (Cömert, 2014). Dünyanın sayılı mutfakları içerisinde olduğu kabul edilen Türk mutfağı gastronomi turizmi açısından düşünüldüğünde Türkiye gastronomi turizmi açısından yeterli çekicilik unsurlarına sahiptir (Cömert ve Durlu-Özkaya, 2014). Türk mutfağında yer alan yemekleri; çorbalar, salatalar, börekler, pilavlar, zeytinyağlı yemekler, diğer sebze yemekleri, etli sebze yemekleri, etli kuru baklagil yemekleri, et yemekleri ve tatlı olarak sınıflara ayrılabilirdiğinden söz edilmektedir. (Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013). Bahsedilen sınıflandırmanın sonucu olarak Türk mutfağında 2500 yemek çeşidinin varlığından söz edilmektedir (Akan, 2007; Güneş vd., 2008).

Bu kısımda öncelikle araştırmanın konusu ile doğrudan ilgili olduğu için Türk mutfağında tatlı kültürü geniş bir bakış açısıyla ele alınmıştır. Türk mutfağında tatlı kültüründen bahsedilmeden önce Türk mutfağının genel özellikleri ve tarihsel gelişimi hakkında genel bilgilere yer verilmiştir.

2.4.1. Türk Mutfağının Genel Özellikleri

Türk mutfak kültürü 10 ve 11. yüzyıldan günümüze kadar geçen süreç içerisinde tarihsel bir birikimin izlerini taşımaktadır. Anadolu ve Asya topraklarındaki mevcut ürünlerin çeşitli olması, tarih boyunca farklı medeniyetlerden etkilenmesi, Selçuklu ve Osmanlı devletleri zamanında gelişen alışılmışın dışında lezzetler ve Mezopotamya'dan miras kalan Anadolu mutfağının varlığı gibi hususlar Türk mutfağının çeşitli bir yapıya sahip olmasında rol oynamıştır (Güler, 2010). Genel olarak modern Türk mutfağına kadar geçen süreçteki yeme-içme alışkanlıkları Orta Asya Türk toplulukları döneminden başlayarak ele alınmaktadır. Uzak Doğu kültüründen etkilenen, Orta Asya'dan Anadolu'ya göç eden Türk boyları, Anadolu topraklarına gelirken geçtikleri ülkelerden oraya özgü gıda ürünlerini getirmişlerdir. Türkler farklı coğrafyalarda hâkimiyet sağlamış ve o bölgede bulunan halkla bütünlük içerisinde yaşamışlardır. Yeni yerleşim alanlarında farklı yiyecek-içecekler ile tanışmış ve yeni yemekler yapmayı öğrenmişlerdir. Bununla beraber kendi mutfak kültürleriyle de diğer kültürleri etkilemiştir (Denizer, 2008).

Orta Asya Türkleri genel olarak hayatlarını idame edebilmek için tarım ve hayvancılık üzerine yoğunlaşmıştır. Yemeklerin içeriklerinin çoğunlukla tahıl(buğday) temelli

ürünlerden oluştuğu bilinmektedir. İlk gıda ürünlerinden biri olan bozanın temel malzemesinin dahi tahıldan(darı) oluştuğu göze çarpmaktadır. Orta Asya Türklerinin temel yiyecekleri hayvansal ürünlerden oluşmaktadır. Süt tek başına tüketilmesinin yanı sıra yoğurt, peynir, tereyağı, ayran, çökelek gibi ürünlerin yapımına temel oluşturmaktadır ve sıklıkla tüketilmektedir. Yemek ve tatlılar da genel anlamda süt ürünleri temel alınarak hazırlanmaktadır. En önemli içecekleri arasında ise mayalanmış kısrak sütünden yapılan kımız gelmektedir. Orta Asya Türk mutfuğının izlerinin hala Anadolu'da görüldüğünü söylemek mümkündür. Kurut olarak adlandırılan kurutulmuş yoğurt, hayvan derisinin çalkalanarak tereyağı çıkarılması, yağı alındıktan sonra tuz ilave edilip kaynatılarak, çökelek, keş gibi peynirlerin yapılması bu ifadeyi destekler niteliktedir (Güler, 2008).

Orta Asya döneminde tüketilen Türk yemekleri yerini Selçuklular zamanındaki Anadolu mutfuğı yemeklerine bırakmıştır (Tuncel, 2000). Selçuklular döneminde Türk mutfak kültürü kendine has bir özellik kazanmıştır. Dönemin simgesi olarak et, yağ ve un ön plana çıkmaktadır. Bu gıda ürünleriyle birçok yemek reçetesi oluşturulmuştur (Çetinkaya, 2014). Selçuklu mutfuğında ön plana çıkan yemeklerin; bulamaç, borani, kebaplar, herise, kalye, tirit, tarhana çorbası, pilav, şiş kebab, yahni, balık, pastırma ve av yemekleri olarak sıralanması mümkündür (Kızıldemir vd., 2014)

Selçuklu mutfak kültüründe sadelik anlayışı hâkimdir. Mümkün olduğu sürece gösterişli yemek organizasyonlarına yer verilmemiştir. Dönemin sultanlarının bile genellikle günde iki öğün yemek tükettiği bilinmektedir. Selçuklu mutfak kültürünün 20. yüzyıla kadar devam ettiği ifade edilmektedir (Baykara, 2001). Ayrıca örf, adet ve gelenekleri Anadolu'nun çoğu yerinde uygulanmaktadır (Ünver, 1981). Yemeğe tuz ile başlamak, tek kaptan yeme anlayışı, sofradan iyice doymadan kalkmamak, çok acıkıldığında yemeğe oturmak gibi gelenekler örnek olarak gösterilebilir (Alabacak, 2018).

Osmanlı dönemi mutfak kültürü incelediğinde ise Türk mutfuğının büyük bir zenginliğe kavuştuğu yüzyıllar olarak ifade edilmektedir (Gürsoy, 2014). 15. yüzyılda yemek çeşitleri az ve sade, 16. yüzyılda en ihtişamlı yıllarına ulaşmıştır. 17 ve 18. yüzyıllarda da bu ihtişam devam etmiş ve 19. yüzyıla gelindiğinde devletin ekonomik olarak düşük seviyeye ulaşmasıyla Türk mutfuğı da olumsuz yönde etkilenmiştir (Tuncel, 2000).

Osmanlı mutfağında yer alan yemekler şehir mutfağı ve köy mutfağı çevresinde şekillenmiştir. Bu iki mutfağın bir araya gelmesi sonucu günümüz Türk mutfağının oluşumuna zemin hazırlayan saray mutfağı oluşmuştur. Saray mutfağının gelişimi Fatih Sultan Mehmet tarafından 15. yüzyılın ortalarında Topkapı Sarayına büyük mutfakların yaptırılıp mutfaktaki sistematik değişimin yaşanmasıyla başlamıştır (Aktaş ve Özdemir, 2007). Bahsedilen mutfaklar “Matbah-ı Amire” teşkilatı altında on bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm; padişaha yemek yapılan mutfaktır. İkinci bölüm Valide Sultan ve şehzadeleri, üçüncü bölüm; padişahın cariyeleri, dördüncü bölüm; baş kapıcı, beşinci bölüm; Divan- Hümayun, altıncı bölüm; beyaz hadımlar ve Enderun’da görevli zülüflü ağalar, yedinci bölüm; düşük rütbeli saray çalışanları, sekizinci bölüm; cariyeler ve kadın hizmetliler, dokuzuncu bölüm; Divan’ a yardımcı olan Kule erbabı için yemek hazırlanırdı. Onuncu bölümde ise sarayın helva, macun, tatlı, reçel ve şerbet üretimini yapan mutfaktır (Akbulut, 2010).

Osmanlı mutfağı yiyecek grupları ve pişirme teknikleri bakımından 15. ve 17. yüzyıllar arasında benzerlik göstermektedir. Klasik dönem olarak ele alınan bu tarihler içerisinde baharat kullanımı ağırlık göstermektedir. Yemeklerin içeriklerinde tatlı-tuzlu-ekşi ürünler bir arada kullanılmıştır. Bu dönemde içerisinde et bulunan sebze ve meyve yemekleri, sütlü tatlılar (sütlaç), şerbetli tatlılar (baklava, kadayıf), un ile yapılan tatlılar (un helvası) reçel, şerbet, şurup ve lokum pişirilen ürünler arasındadır (Samancı, 2019).

17. yüzyılın sonlarına gelindiğinde ise bugünkü Osmanlı mutfağı varlığını göstermeye başlamıştır. Bu mutfak farklı kültürlerin ve yeni ekonomik şartların etkisiyle, 18.yüzyıldan itibaren gelişim göstermiştir. Bu yüzyılın ikinci yarısından itibaren Amerika kıtasının keşfiyle Osmanlı mutfağına domates, yeşilbiber, mısır ve patates gibi ürünler girmeye başlamıştır. Bu ürünler 19. yüzyıl boyunca Osmanlı saray mutfağında yer bulmamıştır. 15 ve 16. yüzyılları ile mukayese edildiğinde 19. Yüzyıl Osmanlı mutfağında yaşanan bir diğer önemli gelişim ise ekşi, tatlı, tuzlu tatlar artık birbirinden bağımsız olarak kullanılmaya başlamış ve yemeklere ilave edilen baharatlarda sadelik anlayışına gidilmiştir. Bu dönemde yapılan yemekler incelendiğinde ise deniz ürünleri sarayda sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır. Balıklardan külbastı, kebab, pilav çeşitleri üretilmiştir. Elmasiye (meyve jölesi) tarator, zeytinyağlı sebzeler ve dolmalar, 19. yüzyılda üretilmeye başlayan yeni yemek

çeşitleri arasındadır. Osmanlı Devleti'nin batı ile ilişkilerini ilerletmesi ve bunun sonucunda mutfak kültürünün Avrupa'dan etkilenmesine sebep olmuştur. Biftek, file, kotlet, şarlot, pasta ve omlet gibi yiyecek ürünlerinin Osmanlı mutfağında pişirilmeye başlanması bu hususa örnek teşkil etmektedir (Samancı, 2019).

20. yüzyılın başlarından günümüze kadar olan süreç ise Cumhuriyet dönemi mutfak kültürünü kapsamaktadır. Tanzimat Fermanı'nın ilanı ile birlikte batılılaşma hareketlerinin etkisi mutfak kültürüne de yansımış ve Cumhuriyetin ilanı ile gelişimini sürdürmüştür (Oğuz, 2016). Cumhuriyet dönemine ait yemekler, Anadolu topraklarında varlığını sürdürmüş devletlerin ve toplulukların mutfak kültürlerinin sentezlenmesiyle ortaya çıkmıştır (Akin vd., 2015).

Cumhuriyet ve sonrasındaki yakın dönem de gıda sektörünün gelişimiyle yeme- içme alışkanlıklarında değişim gözlenmektedir. Bu değişim yıllar bazında incelendiğinde 1927-1950 yılları arasında çay, şeker, un, bira ve konserve sanayisi doğmuştur. 1950-1970 yılları aralığında et, süt, sıvıyağ ve margarin sanayi gelişim göstermeye başlamıştır. 1970 sonrasında gazlı ve gazsız içecek ve dondurulmuş gıda endüstrisi faaliyet göstermeye başlamış, 1980 sonrası McDonalds, Pizza Hut gibi hızlı yiyecek (fast-food) zincirleri kurulmaya başlamıştır. 1990 sonrasında ise geleneksel gıda üretimi önem kazanmıştır ve yerele dönüş şeklinde bir yaklaşım sergilenmiştir (Samancı, 2016).

Orta Asya'dan günümüz mutfağına kadar olan süreç ele alındıktan sonra Türk mutfağının genel özelliklerinden bahsetmek mümkündür. Arlı (1982); Güler (2007); Doğdubay ve Giritlioğlu (2011); Mankan (2012); Önçel (2015); Çakıcı ve Eser (2016), Türk mutfağına ait yemeklerin tarımsal ve hayvansal ürünlerden oluştuğunu, aynı zamanda yaşanan coğrafi bölge, sosyo-kültürel yapı, özel gün ve törenler, gelenek ve görenekler dâhil olmak üzere dini inançlara göre değişiklik gösterdiğini belirtmektedir.

Yukarıdaki tanımlarda Türk mutfak kültürü Orta Asya'da günümüze kadar olan süreç göz önünde bulundurularak genel olarak ele alınmıştır. Araştırmanın konusu ile ilgili olduğu için aşağıdaki bölümde Türk mutfağında tatlı kültürüne detaylı olarak yer verilmiştir.

2.4.2. Türk Mutfak Kültüründe Tatlı

Her toplumun beslenme konusunda farklı gelenek ve görenekleri vardır. Tarihsel bir birikime sahip olan Türk toplumu da zengin bir mutfak kültürüne sahiptir (Erdoğan, 2000; Kut, 2000). Bu kültür içerisindeki zenginliklerden biri de tatlılardır (Batu ve Batu, 2016; Ulu, 2019; Sevimli, 2019). Özel günler dâhil olmak üzere, günlük hayatta da yemeğe çorba ile başlanıp, tatlı ile yemeğin bitirildiği görülmektedir (Aktaş ve Özdemir, 2016).

TDK (2021) 'e göre “şekerle veya şekerli şeylerle yapılan yiyecek” (<https://sozluk.gov.tr/>) anlamını taşıyan tatlı sözcüğü, Halıcı (2015) tarafından şeker, pekmez ve balın diğer gıda ürünleri ile karıştırılması sonucu elde edilen besinler olarak tanımlanmaktadır. Tatlılar, Türk kültüründe önemli bir yere sahiptir (Şanlıer, Cömert ve Durlu-Özkaya, 2008). Orta Asya, Selçuklu, Osmanlı ve Cumhuriyet dönemleri olmak üzere geçmişten günümüze her kesim için vazgeçilmez bir unsur olarak sofralarda yerini almıştır (Sevimli, 2019). Aşağıdaki alt başlıklar halinde Orta Asya'dan günümüze kadar olan süreçteki değişimler dâhil olmak üzere Türk tatlı kültürü ile ilgili bilgilere yer verilmiştir.

2.4.2.1. Orta Asya Dönemi Tatlı Kültürü

Türklerin, anavatanları olarak bilinen Orta Asya'da göçebe bir yaşam tarzı benimsedikleri bilinmektedir. Bu dönemde dağınık olarak yaşadıkları için Göktürkler, Uygurlar ve Hunlar gibi kabile şeklinde devletler kurdukları ve oradaki Çin, İran ve Hindistan ile etkileşim halinde oldukları bilinmektedir (Gürsoy, 2004). Bu etkileşim tatlılar açısından incelendiğinde Orta Asya Türk topluluklarında Çin kültüründen alınmış olan pirincin (Gürsoy, 2004) yemek olarak tüketilmesinin yanı sıra içerisine şekerli gıda maddeleri atılarak pişirilip, içerisine buz ilave edilerek sütlaca benzer bir tatlı şeklinde tüketildiği tespit edilmiştir (Genç, 1981). Orta Asya döneminde birçok meyve çeşidinin de yetiştirildiği bilinmektedir (Alpargu, 2008). Meyveler mevsimsel olarak taze veya kurutulularak tüketilmiştir. Buna ek olarak, taze meyvelerin kaynatılıp pekmez, kuru meyvelerinde hoşafı yapılarak tüketildiği belirlenmiştir (Yılmaz, 2004). Bu dönemde günümüzdekine benzer pasta, kek, kadayıf, baklava vb. tatlıların mutfaklarda yer almadığı bilinmektedir. Orta Asya Türklerinin çoğunlukla tatlılar

yerine meyveleri tükettiği tespit edilmiştir. Genel olarak Orta Asya Türk toplulukların yeme-içme alışkanlıkları içerisinde tatlı tüketiminin yaygın olmadığından bahsetmek mümkündür (Sevimli, 2019).

2.4.2.2. Selçuklu Dönemi Tatlı Kültürü

Selçuklu dönemi tatlı kültürü incelendiğinde ise tatlının sofralarda önemli bir yere sahip olduğundan söz etmek mümkündür (Özçelik-Heper, 2017). Tatlılara bu dönemde yemek kadar değer verildiği belirtilmiştir. Dönemin tatlı muhtevelyatlarından bahsedilecek olursa şeker, pekmez ve bal ile tatlandırılıp badem, ceviz ve çeşitli yağlı tohumlar kullanılarak üretildiği ve özellikle misafirlere sunulduğu bilinmektedir (Şahin, 2008). Süt, pirinç ve un gibi malzemeler kullanılarak hazırlanan tatlıların yanı sıra hamur tatlıları da Selçuklu döneminde sofralarda yerini almıştır (Özçelik-Heper, 2017). Genel anlamda bulamaç aşısı, gülbeşeker, gül reçeli, baklava, kadayıf, badem helvası, kar helvası, pekmez helvası, paluze, pekmezli ceviz gibi tatlılar bu dönemde tüketilen tatlılar arasındadır (Güldemir, 2014).

2.4.2.3. Osmanlı Dönemi Tatlı Kültürü

Selçuklu Türklerinin Anadolu'ya yerleştikleri XII. yüzyıldan sonra oluşmaya başlayan Türk mutfağı, XIV. ve XV. yüzyılda gelişim göstermiş, XIV. ve XVII. yüzyıllarda Osmanlı döneminde saray ve konaklarda ihtisaslaşma yoluna giderek dünyanın önemli mutfakları arasında yer almıştır (Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008). İhtisaslaşmalardan kastedilen unsurlardan biri Matbah-ı Amire' de çeşitli yemek gruplarının yapıldığı bölümlerin yer almasıdır (Akbulut, 2010). Tatlılar açısından incelendiğinde bu dönemin mutfağında tatlıların helvahanelerde yapıldığı ifade edilmektedir (Gürsoy, 2004). Helvahane sarayın helva, macun, tatlı, reçel ve şerbet üretimini yapan mutfaktır (Akbulut, 2010). Genel olarak bir başka gruplandırmaya göre Osmanlı mutfağında sütlü tatlılar, hamur tatlıları, meyve tatlıları ve helvalar olmak üzere farklı türde tatlıların yapıldığından bahsedilmektedir (Şavkay, 2000a; Tufan, 2008).

Sütün ana ürün olarak kullanıldığı tavukgöğsü, kazandibi, sütlaç, keşkül, muhallebi ve güllaç sütlü tatlılar içerisinde yer almaktadır (Ağarı, 2016; Tufan, 2008). Hamur tatlıları ise baklava, lokma, kadayıf, ekmek tatlısı ve revani tatlılarından oluşmaktadır.

Meyve tatlıları kuru ve taze olarak hazırlanabilmektedir. Ayva, ağaçkavunu, balkabağı, şeftali, vişne, elma, kuru erik, kuru kayısı, kestane gibi meyveler tatlısı yapılan yiyecek ürünleri olarak belirtilmektedir (Şavkay, 2000a; Samancı, 2008). Başlı başına özel gün tatlısı olan, insanları üzüntü ve mutluluklarını paylaşmak için ikram edilen (Sevimli ve Sönmezdağ, 2017) helvalar da Osmanlı mutfağında çeşitlilik göstermektedir. Badem helvası, Gaziler helvası, Güllabiye, Sabuni helva, Helva-i Hakani, Memuniye helvası, keten helvası ve irmik helvası Osmanlı döneminde hazırlanan helvalara örnek olarak gösterilebilir (Şavkay, 2000a; Samancı, 2019).

2.4.2.4. Cumhuriyet Dönemi Tatlı Kültürü

Yukarıda verilen kronolojik sıralama dikkate alındığında Orta Asya ve Selçuklu döneminin izlerini taşıyan Osmanlı mutfak kültürünün taşındığı Cumhuriyet dönemi tatlı kültüründen bahsetmek mümkündür (Samancı, 2016). Cumhuriyetin ilan edilmesiyle birlikte batılılaşma süreci hızlanmış, sanayileşme ve hızlı kentleşmenin etkisiyle hızlı beslenme tarzı giderek yaygınlaşmaya başlamıştır. Sütlü ve şerbetli tatlıların içeriğini kakaonun oluşturduğu tatlılar ve turta şeklinde tatlı ürünleri de tüketilmeye başlanmıştır. Amerika ve Avrupa ülkelerinden getirilen yeni gıda ürünleri ve mutfak ekipmanları yiyecek ürünlerinin hazırlanmış biçimlerinde yenilikler yapılmasına sebep olmuştur (Bilgin, 2011).

Pastalar ve pastacılık, Tanzimat'tan sonra ortaya çıkan batılılaşma hareketleriyle birlikte Cumhuriyet döneminde İstanbul mutfağında yerini almıştır. Bahsedilen dönemde İstanbul'da fırınlar, börekçiler, baklavacılar, kadayıfçılar gibi faaliyet gösteren esnaflar arasında pastacılar da eklenmiştir. Bu nedenle 19. Yüzyılın sonlarından itibaren İstanbul mutfağında geleneksel Türk tatlılarıyla birlikte Avrupa kökenli pasta ve kurabiye türleri de satışa sunulmaya başlanmıştır (Samancı, 2016; Diker vd., 2017).

20. yüzyılın ortalarında yaşanan göç dalgası, Türkiye'ye gelen göçmenlerin geleneksel halk mutfak kültürünü de beraberinde getirmeleri sonucunda tatlı ve şekerlemelerde geleneksel dönüşe neden olmuştur. 1965'den sonra İstanbul'da sütlü tatlı, lokma, baklava dondurma ve şekerleme satıcılarının sayısında artış görülmüştür (Gürsoy, 2009). Türk mutfağının son dönemi olarak kabul edilen Cumhuriyet dönemi, önceki dönemlerin izlerini taşımaktadır (Tezcan, 2021). Cebeci (2019) 'nin "Türk Mutfağına

Ait Tatlıların Bölge Temelinde Analizi “isimli tez çalışmasından anlaşılacağı üzere bu dönemde Türk tatlılarının bölgelere göre ayrıldığını ve değişiklik gösterdiğini söylemek mümkündür.

Yukarıdaki bölümde Türk mutfağında tatlı kültürünün değişim ve dönüşümü tarihsel bir bakış açısıyla ele alınmıştır. Aşağıdaki bölümde ise Türk mutfağına özgü tatlıların nasıl kategorize edildiği, özellikleri ve yapım teknikleri ile ilgili bilgilere yer verilmiştir.

2.4.3. Türk Mutfağına Özgü Tatlılar

Türk mutfağına özgü tatlılar, Şavkay, 1996; Şavkay, 2000a; Şavkay, 2000b; Batu ve Batu, 2016; Başar, 2017; Diker vd., 2017; Sevimli ve Sönmezdağ, 2017; Dünder-Arıkan, 2018; Sevimli, 2019; Cebeci, 2019; Alyakut, 2020'nin çalışmalarından faydalanılarak sütlü tatlılar, tahıl tatlıları, hamur tatlıları ve meyve tatlıları olarak sınıflandırılmıştır.

Sütlü tatlılar, yapımında ana malzemesini sütün oluşturduğu tatlılardır. Süt ile beraber şeker, bal ve pekmez gibi tatlandırıcılar kullanılarak hazırlanan yiyecek ürünleridir. Tatlandırıcılara ek olarak bağlayıcı maddeler ilave edilerek üretilmektedir. Hamur tatlılarına nazaran daha hafif özellikte olan sütlü tatlılar genellikle soğuk olarak tüketilmektedir (Dünder-Arıkan, 2018). Tahıl tatlıları, içeriğini buğday, nohut, kuru fasulye, ceviz, fındık, badem gibi tahılların oluşturduğu tatlılardır. İçerisine tat ve lezzetini arttırıcı olarak kuru meyveler ve çeşitli baharatlar ilave edilerek hazırlanmaktadır.

Hamur tatlıları, farklı tipte unların ana yiyecek ürünü olarak kullanıldığı ve şeker, bal, pekmez gibi tatlandırıcılar kullanılarak hazırlanan tatlılardır. Hamur tatlılarının kendi içerisinde altı gruba ayrıldığından bahsedilmektedir. Birinci grupta hamurun yoğurulduktan sonra açılıp şekil verilmesiyle yapılan açma hamur tatlıları yer almaktadır. Açma hamur tatlılarından en önemlisine baklava örnek olarak gösterilmektedir. İkinci olarak meyaneli hamur tatlıları; onun belli bir miktar yağ ile kavrulmasından sonra şeker vb. tatlandırıcılar eklenmiş şerbetin hazırlanan meyaneyle ilave edilmesiyle yapılan tatlılardır. Üçüncü olarak yoğurulan hamurun içerisine maya ilave edilerek hazırlanan mayalı hamur tatlılarıdır. Bu tatlılar yağda veya fırında

kızartılarak üzerine şerbete daldırılarak ve üzerine şerbet dökülerek hazırlanmaktadır. Bu tatlılara lokma (şerbete batırılan) ve Kemalpaşa (üzerine şerbet dökülen) örnek olarak verilebilir. Beşinci grupta haşlanmış hamurla hazırlanan tatlılar yer almaktadır. Bu tatlılar su, yağ, şeker ve tuzun kaynama noktasına ulaştıktan sonra un ilavesi ile bir süre ocakta kavrulup, belli bir süre soğutulup yumurta ile yoğurulmasından sonra kızartılarak şuruba batırılıp servis edilen tatlılardır. Bu tatlılara tulumba, vezirparmağı, dilberdudağı, hanımğöbeği örnek olarak gösterilebilir. Altıncı grupta çırpılarak hazırlanan hamur tatlıları yer almaktadır. Yumurta ve şekerin belirli bir süre çırpılarak, un ilavesinin ardından kalıplara dökülerek pişirilmesi ve sıcak ürüne ılık şerbet dökülerek hazırlanan tatlılardır. Yoğurt tatlısı, revani, süngeriyeye bu grupta yer alan tatlılar arasındadır (Dündar-Arıkan, 2018; Cebeci, 2019).

Meyve tatlıları meyvelerin şeker, bal veya pekmez ilave edilerek tatlandırılmasıyla hazırlanan tatlı türleridir (Halıcı, 2015). Meyve tatlıları ulusal ve uluslararası mutfaklarda hafif bir özelliğe sahip olması nedeniyle menülerde sıklıkça yer verilen tatlı grupları arasındadır. Genellikle kırmızı et yemeği ve ağır yağlı yemeklerin bulunduğu öğünlerde tercih edilmektedir (Başar, 2017). Meyve tatlılarının yapımında ise en çok kayısı, incir, ayva ve elmanın kullanıldığı belirtilmektedir (Büyüktuncer ve Yücecan, 2009).

Türk tatlıları ile ilgili verilen bilgilerden yola çıkılarak, geçmişten günümüze yaşanan değişimler sonucunda çeşitlilik gösterdiğini söylemek mümkündür. Türk mutfağında süt ve süt ürünleri, tahıllar, meyveler ve sebzelerden oluşan zengin bir envantere sahip tatlı kültürünün varlığı mevcuttur. Turistlere arz edilmesi noktasında yaklaşık 250 çeşitle tatmin edici bir düzeyde olduğu düşünülmektedir. Türk tatlıları zengin bir yapıya sahip olsa da bu tatlılara yönelik ilgili literatürde turistlerin olumsuz görüşlerine rastlanılmıştır. Bahsedilen tatlıların olumsuz özelliklerinin iyileştirilmesi açısından yapılan çalışmalar kısıtlılık göstermektedir. Bu kapsamda aşağıdaki bölümde genel olarak Türk tatlılarına yönelik yapılan ürün geliştirme çalışmalarına yer verilmiştir.

2.5. Türk Mutfağında Yer Alan Tatlılar ile İlgili Yapılan Ürün Geliştirme Çalışmaları

Özata (2019) Türk mutfağına ait içerisinde tatlılarında bulunduğu 21 adet yöresel yemeği modernize ettiği tez çalışmasında dört duyuşsal kriterin panelistler üzerinde

anlamli etkisinin olduđunu tespit etmiřtir. Buna ek olarak tat duyusunun genel beđeni dűzeyine etki eden en ๖nemli fakt๖r olduđu sonucuna ulařmıřtır.

Yayla, Ekincek ve Yayla (2020), yerli ve yabancı turistlerin algıladıđı Tűrk mutfađı imajının őrűn odaklı geliřtirilmesini amaçladıkları ięerisinde tatlılarında yer aldıđı őrűn geliřtirme ęalıřmasında turistlerin Tűrk mutfađının imajını deđerlendirmede sađlık, lezzet ve sunumun etkili olduđunu saptamıřtır. Bu dođrultuda őrűn geliřtirme ęalıřması yapılmıř ve geliřtirilen őrűnlerin turist g๖rűřlerini olumlu y๖nde etkilediđi sonucuna ulařılmıřtır.

Durlu-Őzkaya, Ceylan, Őztűrk ve Demirel (2020), vegan beslenme yaklařımını benimseyen kiřiler ięin keřkűl reęetesi geliřtirmiřtir. Geliřtirilen keřkűl duyuasal deđerlendirmelere tabi tutulmuř ve bunun sonucunda g๖rűnűř, doku, koku ve tat aęısından beđeni dűzeylerinin ve satın alma niyetinin yűksek seviyede olduđu sonucuna varılmıřtır.

řimřek, Gűleę ve Usta (2020), vegan ve ę๖lyak hastaları ięin Tűrk tatlıları ięerisinde yer alan kazandibine y๖nelik őrűn geliřtirme ęalıřması geręekleřtirmiřtir. Geliřtirilen standart reęete eđitimi panelistler ve tűketiciler tarafından duyuasal deđerlendirmeleri yapılmıřtır. ęalıřma sonucunda iki ๖rneklem grubunun da geliřtirilen tatlıyı beđerdikleri ve satın alma noktasında istekli olduklarına ulařılmıřtır.

Bakan (2021), Tűrk mutfađında yer alan sűtlű tatlıların bilinirliđinin arttırılması ve menűlerde yer almasının sađlanması aęısından 24 adet sűtlű tatlı reęetesi oluřturmuřtur. Bu reęeteler mevcut sűtlű tatlılar lezzet, g๖rűnűř ve besin deđerleri aęısından inove edilerek oluřturulmuřtur. Oluřturulan reęeteler ile ilgili duyuasal analizler geręekleřtirilmiřtir ve genel anlamda yűksek dűzeyde beđerilmiřtir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA TÜRK TATLILARININ ŞEFLER TARAFINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: FÜZYON MUTFAK UYGULAMALARI KAPSAMINDA ÜRÜN GELİŞTİRME ÇALIŞMASI

Bu bölümde; araştırmanın yöntemi, örnekleme, araştırma kapsamında kullanılan veri toplama aracı ve izlenen süreç, toplanan veriler sonucunda elde edilen bulgular ve gerçekleştirilen analizlere yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Metodolojisi

3.1.1. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmanın amacı pastane şeflerinin Türk tatlılarının farklı bir ulusa ait yiyecek ürünü veya yiyecek hazırlama tekniği ile sentezlenmesine yönelik ürün geliştirme konusundaki düşüncelerinin saptanması ve bu doğrultuda yeni ürün geliştirme çalışmalarının yapılmasıdır. Bu nedenle çalışmada ilk olarak araştırma problemini yorumsal bir bakış açısı ile irdeleyen nitel araştırma yöntemine başvurulmuştur. Nitel araştırmalar; gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemleri kullanılarak, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir şekilde tespit edilmesi amacıyla nitel bir sürecin izlendiği araştırma olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Nitel araştırmalar, görüşme gerçekleştirilen kişilerin deneyim, bilgi ve duyguları gibi olguların araştırmacı tarafından ölçülmek istenmesiyle yapılmaktadır (Yenişehirlioğlu, 2013). Bahsedilen olguların ölçülmesi amacıyla en sık kullanılan nitel yöntem ise görüşmedir. Görüşme, temel olarak sözlü iletişim süreci ile gerçekleştirilen, insanların deneyimlerini, duygularını ve algılarını yansıtan oldukça etkili bir nitel araştırma yöntemidir (Bogdan ve Biklen, 1992; Yıldırım ve Şimşek, 2016). Bu nedenle çalışma kapsamında ilk olarak, pastane

şeflerinin konu ile ilgili deneyimlerini, bilgilerini ve tutumlarını ölçmek amacıyla görüşme yöntemi tercih edilmiştir. Görüşmeler genellikle yapılandırılma süreçlerine göre tam yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmamış şeklinde sınıflandırılmaktadır.

Bu araştırmada yarı-yapılandırılmış görüşme yöntemine başvurulmuştur. Yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği, araştırmacının genel olarak belirli bir plana sahip olduğu fakat görüşmenin gidişatına göre farklı soruların türetilip, katılımcılardan çeşitli boyutlarda yanıtlar alınmasının amaçlandığı bir tekniktir (Altunışık vd., 2007). Yarı yapılandırılmış görüşmeler ne tam yapılandırılmış görüşmelere göre katı ne de yapılandırılmamış görüşmelere göre esnektir. Yarı yapılandırılmış görüşmeler bahsedilen iki tekniğin arasında yer almasından dolayı avantajlıdır (Karasar, 2009; Altunay, Oral ve Yalçınkaya; 2014). Araştırmacılara bu avantajı sağladığı için bu çalışmada görüşme türlerinden yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği tercih edilmiştir. Yarı-yapılandırılmış görüşmelerin gerçekleştirilmesi amacıyla bu tekniğin esasına uygun olarak görüşme formu hazırlanmıştır. Görüşme formu ilgili yazın incelenerek konu ile ilgili uzman iki akademisyen tarafından kontrol edilmiştir ve soruların hazırlanması aşamasında yapılan hatalar düzeltilerek verilerin toplanmasına hazır duruma getirilmiştir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda pastane şeflerinin Türk tatlılarının farklı bir ulusa ait yiyecek ürünü veya yiyecek hazırlama tekniği ile sentezlenmesine yönelik ürün geliştirme konusundaki düşünceleri saptandıktan sonraki süreçte füzyon mutfak uygulamaları kapsamında yeni ürün geliştirme çalışmaları yapılmıştır. Füzyon mutfak uygulamaları kapsamında geliştirilen ürünlerin duyu analizi yöntemiyle incelendiği ve standart reçetelerin oluşturulduğu bu bölümde deneysel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Deneysel araştırmalar, araştırmacı tarafından oluşturulan farkların bağımlı değişken üzerindeki etkisini ölçmeye yarayan çalışmalardır (Büyüköztürk vd., 2016). Bu kapsamda Türk-Fransız ve Türk-İtalyan mutfaklarına ait tatlıların geliştirilmesi araştırmanın deneysel kısmını oluşturmaktadır. Deneysel araştırma kısmında yer alan reçetelerin pilot testleri İstanbul Rumeli Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi gastronomi laboratuvarında 05.04.2021 tarihinde gerekli izinler alınarak gerçekleştirilmiştir.

3.1.2. Araştırma Evreni ve Örneklem

Araştırma iki farklı evren ve örnekleme sahiptir. Pastane şeflerinin Türk tatlılarının farklı bir ulusa ait yiyecek ürünü veya yiyecek hazırlama tekniği ile sentezlenmesine yönelik ürün geliştirme konusundaki düşüncelerini saptamak için araştırma evreni Türkiye'deki turistik destinasyonlarda faaliyet gösteren 5 yıldızlı otel işletmelerinin mutfak departmanı/pastane bölümünde pastane şefi olarak görev yapan kişiler olarak belirlenmiştir. Görüşmelerin gerçekleştirileceği kişilerin belirlenmesi aşamasında ise amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu örnekleme metodunda temel düşünce daha önceden belirlenen belli başlı kriterleri karşılayan bütün durumların çalışmasıdır. Bahsedilen kriter veya kriterler araştırmacı tarafından oluşturulabilir ya da daha önceden belirlenen bir ölçüt listesi kullanılabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Pastane şefleri ile görüşmeler gerçekleştirilirken temel ölçüt füzyon mutfak uygulamaları kapsamında daha önceden bir ürün denemesi yapmış olmasıdır. Bu hususun temel nedeni füzyon mutfak uygulamaları konusunda deneyimli olan pastane şeflerinin bilimsel açıdan daha güvenilir bilgiler vereğine yönelik düşüncedir. Bu kriterlere göre görüşmelerin gerçekleştirileceği olası kişiler belirlendikten sonra telefon aracılığıyla ulaşılmış araştırmanın amacı ve içeriği hakkında bilgiler aktarılmıştır.

Tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisi nedeniyle araştırmaya katılmayı kabul eden katılımcılar ile yüz yüze ve online görüşmeler gerçekleştirilmesi için randevu istenmiş ve randevu listesi oluşturulmuştur. Görüşmelerin tamamı gönüllük esasına dayalı olarak araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiş ve 15 Şubat 2021 – 27 Mart 2021 tarihleri aralığında katılımcılarla görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda 21 pastane şefi örnekleme dâhil edilmiştir. Nitel araştırmalarda gerçekleştirilen görüşmelerde birbirine benzer yanıtlar tekrar edilmeye başladığında ve elde edilen veriler yeterli doygunluğa ulaştığında katılımcı sayısını arttırmaya ihtiyaç duyulmamaktadır (Miles ve Huberman, 1994). Veri toplama amacıyla 19 pastane şefi ile gerçekleştirilen görüşmelerde alınan yanıtlar birbirini tekrar etmeye başladığı için 21 pastane şefi ile görüşükten sonra görüşmeler sonlandırılmıştır.

Araştırmanın deneysel kısmına katılacak katılımcı sayısının belirlenmesinde ise duyusal analiz ölçeği uygulanacak panelin büyüklüğü Altuğ-Onoğur ve Elmacı (2019)'nın "Gıdalarda Duyusal Değerlendirme" kitabı referans alınarak belirlenmiştir.

Altuğ-Onoğur ve Elmacı (2019) duyuşal analiz panellerinde; eğitilmiş 3-10, yarı eğitilmiş 8-25, eğitilmemiş en az 80 panelistin, hedonik testlerde ise yarı eğitilmiş 8-25, ya da eğitilmemiş en az 80 panelistin kullanılması gerektiğini belirtmektedir. Bu doğrultuda araştırmanın deneysel kısmına dâhil olan katılımcılar, Türkiye'deki Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Gıda Mühendisliği, Beslenme ve Diyetetik alanlarında uzman kişiler oluşturmaktadır. Örnekleme ise en az yüksek lisans eğitimi alan 10 eğitilmiş panelist oluşturmaktadır. Duyusal analiz için araştırmaya katılacak kişi sayılarına yönelik referanslar dikkate alındığında, bu araştırma için belirtilen kişi sayısının duyuşal analiz panellerinin gerçekteştirmesi için verilen bilgiler doğrultusunda uygun olduğu söylenilebilir.

3.1.2.1. Veri Toplama Aracı ve Süreci

Araştırmanın ilk aşamasında yarı-yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Yarı-yapılandırılmış görüşme formu iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci bölümde pastane şeflerine ait demografik bilgiler (cinsiyet, yař, öğrenim durumu, mesleki deneyim yılı) yer almaktadır. İkinci bölümde ise pastane şeflerine, Türk mutfak kültüründe yer alan tatlılarının özelliklerine yönelik düşüncelerinin tespit edilmesi ve Türk tatlılarının farklı bir ulusa ait yiyecek ürünü veya yiyecek hazırlama tekniği ile sentezlenmesine yönelik ürün geliştirme konusundaki düşüncelerini belirlemek amacıyla sekiz adet soru yöneltilmiştir. Altıncı ve sekizinci sorular Turan vd., 2020 'nin çalışmalarından alınmıştır. Diđer sorular literatür taraması (şanlıer, 2005; Güler, 2010; Serçeođlu, 2014; Önceł, 2015; Çakıcı ve Eser, 2016; Bezirgan, 2019; Baytok vd., 2020; Aydın vd., 2021) sonucunda türetilmiştir. Pastane şeflerine;

- 1.** Türk Mutfağı ve Türk tatlılarının turistler tarafından tanınırlığı hakkında neler söyleyebilirsiniz?
- 2.** Turistler tarafından beğenilen ve beğenilmeyen Türk tatlıları hangileridir?
- 3.** şu an veya en son çalıştığınız işletmede Türk tatlılarından hangilerine menülerinizde yer veriyorsunuz?
- 4.** Türk tatlılarının koku, tat, doku, lezzet ve görünüş özellikleri bakımından değerlendirdiğinizde olumlu veya olumsuz yönleri hakkında kişisel görüşleriniz nelerdir?

5. Turistlerin Türk tatlılarının olumlu ve olumsuz özellikleri ile ilgili sizinle paylaştığı görüşleri hakkında bilgi verir misiniz?

6. Füzyon mutfak kavramı hakkında düşünceleriniz nelerdir? (Turan vd., 2020)

7. Füzyon mutfak uygulamasını daha önce Türk mutfağı veya yabancı mutfaklara ait herhangi bir tatlı üzerinde denediniz mi? Eğer denediyseniz turistlerin bu ürüne ilişkin görüşleri hakkında bilgi verir misiniz?

8. Türk mutfağına özgü tatlıları hangi ülkelere ait yiyecek ürünleri veya yiyecek hazırlama teknikleri ile birleştirip yeni bir ürün reçetesi geliştirmeyi düşünürsünüz? (Turan vd., 2020) soruları yöneltmeden önce görüşmenin akışında bir sorun yaşanmaması için iki gastronomi uzmanı ile pilot görüşmeler gerçekleştirilmiştir ve soruların hazırlanmasında yapılan yanlışlıklar düzeltilmiştir. Sonraki aşamada görüşme gerçekleştirilen her pastane şefine araştırmanın içeriği hakkında bilgilendirmelerde bulunulmuştur. Görüşmelerin süresi 56 dakika ile 82 dakika arasında değişiklik göstermiştir ve ortalama 64,6 dakika sürmüştür. Görüşmelerin gerçekleştirildiği her bir katılımcı “Şef1” şeklinde kodlanmıştır.

Araştırmanın ikinci aşamasında konunun uzmanı olan pastane şeflerinin görüşleri doğrultusunda geliştirilecek olan tatlılar belirlenmiş reçeteler oluşturularak denemeleri yapılmış ve duyu analizi testlerine geçilmiştir. Duyusal analiz gıdaları görünüş, koklama, dokunma, tatma ve işitme gibi beş temel duyuya göre çeşitlik karakteristik özelliklerini ölçen, veri oluşturan ve açıklayan bir disiplin olarak tanımlanmaktadır (Hayoğlu ve Miişoğlu, 2005). Duyusal değerlendirmeler yeni ürün geliştirme, mevcut olan bir ürünü geliştirme, pazarlama analizleri-tüketici panelleri, satışını artırma ve günlük tüketimde kalitenin korunması gibi gıda endüstrisinde pek çok kullanım alanı bulunmaktadır (Altuğ-Onoğur ve Elmacı, 2019). Bu araştırma kapsamında da yeni ürün geliştirme amacıyla duyu analizi değerlendirmeler yapılmıştır.

Duyusal analiz testleri İstanbul Rumeli Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi gastronomi laboratuvarında 07.04.2021 tarihinde gerekli izinler alınarak gerçekleştirilmiştir. Duyusal analizlere geçilmeden önce panel için uygun şartlar (panel odası nötr olmalı, havalandırma sistemi bulunmalı, çevrede gürültü yapan aygıtlar bulunmamalı, ışıklandırma tekdüze ve ayarlanabilir olmalı, her panelist için bağımsız değerlendirme yapabileceği kabinler olmalı, lavabo ve ağız çalkalama imkanı olmalı vd.) sağlanmıştır. Bahsedilen duyu analizi testlerinde uzman panelist gruba uygulanmak üzere üç adet ölçme aracı kullanılmıştır. Uzman panelist gruba ilk

etapta uygulanan eşlenmiş kıyaslama testi ölçeği Özata (2019)'nın Milli Eğitim Bakanlığı'nın 2010 yılında yayınlanan Gıda Teknolojisi – Duyusal Test Teknikleri isimli modülünden uyarladığı “Modernite Bağlamında Türk Mutfağına Özgü Yenilikçi Ürün Geliştirme” isimli tez çalışmasından alınmıştır. Eşlenmiş kıyaslama testi ölçeğinde geliştirilen Türk tatlısının geleneksel ve füzyon hallerinden birini tercih etmeleri istenmiştir. İlgili ölçek Tablo 2.'de verilmiştir.

Tablo 2. Eşlenmiş Kıyaslama Testi Ölçeği

Panelistin Adı Soyadı:	Tarih:	
Duyusal Özellikler	A Örn eği	B Örn eği
Optik Etkiler (Görme) Size verilen her iki örneği “görünüş” açısından değerlendiriniz.		
Olfaktorik Etkiler (Koklama) Size verilen her iki örneği “koku” açısından değerlendiriniz.		
Gastatonik Etkiler (Tatma) Size verilen her iki örneği “tat” açısından değerlendiriniz		
Haptik Etkiler (Dokunma) Size verilen her iki örneği “doku” açısından değerlendiriniz. (Sertlik-yumuşaklık, ağızda sıvaşma/yapışma, dağılma/ufalanma gibi dokusal özellikler açısından değerlendiriniz).		
Size verilen her iki örneği “genel beğeni düzeyi” açısından değerlendiriniz.		

Duyusal testlerin ikinci aşamasında uzman panelist gruba uygulanan hedonik skala (beğeni) testi ölçeği Onurlar ve Durlu-Özkaya (2018)' in “Moleküler Probiyotik Dondurma” isimli çalışmalarından faydalanılarak oluşturulmuştur. Uzman panelist grubu bu aşamada füzyon mutfak kapsamında geliştirilen yeni ürünün genel beğeni düzeyini değerlendirmiştir. İlgili ölçek Tablo 3.'de yer almaktadır.

Tablo 3. Hedonik Skala (Beğeni) Testi Ölçeği

HEDONİK SKALA TESTİ	
Panelistin Adı Soyadı:	Tarih:
Yaş:	Saat:
Cinsiyet:	
Eğitim Durumu:	
Tatlı Adı:	
A Örneği	B Örneği
1) Hiç Beğenmedim ()	1) Hiç Beğenmedim ()
2) Az Beğendim ()	2) Az Beğendim ()
3) Orta Düzeyde Beğendim ()	3) Orta Düzeyde Beğendim ()
4) Beğendim ()	4) Beğendim ()
5) Çok Beğendim ()	5) Çok Beğendim ()
Ürün Hakkındaki Düşünceleriniz Nelerdir?	Ürün Hakkındaki Düşünceleriniz Nelerdir?

Uzman panelist gruba yönelik uygulanan son ölçek ise füzyon mutfak uygulamaları kapsamında geliştirilen ürünün kalite kriterleri kapsamında değerlendirilmesi ölçeğidir. Bu ölçekte Özata (2019)'nın Milli Eğitim Bakanlığı'nın 2010 yılında yayımlanan Gıda Teknolojisi – Duyusal Test Teknikleri isimli modülünden uyarladığı “Modernite Bağlamında Türk Mutfağına Özgü Yenilikçi Ürün Geliştirme” isimli tez çalışmasından alınmıştır. Panelistler değerlendirmelerini görünüş, koku, doku, lezzet olmak üzere dört duyusal özellik üzerinden gerçekleştirmiştir. İlgili ölçek Tablo 4’de gösterilmiştir.

Tablo 4. Kalite Kriterleri Kapsamında Duyusal Değerlendirme Ölçeği

Panelistin Adı Soyadı:						
Tatlı Adı:						
		Yok (Mat)	Yetersi z	Kabul Edilebilir	İyi	Çok İyi
GÖRÜNÜŞ	Şekil					
	Yüzey Parlaklığı					
		Hiç Yok	Yok	Biraz Var	Va r	Çok Var
DOKU	Olağan Dışı Sertlik					
	Çiğnenebilirlik					
	Olağan Dışı Yumuşaklık					
		Yok	Az Var	Kabul Edilebilir	İyi	Çok İyi
KOKU- AROMA	Hoş Koku					
	İstemeyen Koku					
		Çok Kötü	Kötü	Ne İyi Ne Kötü	İyi	Çok İyi
LEZZET	Tat					
	Ağızda Bıraktığı His					
	Boğazda Bıraktığı His					
	Tat Sonrası İzlenim					

3.1.2.2. Verilerin Analizi

Pastane şefleri ile gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda elde edilen ham verilerin analizinde betimsel analiz ve içerik analizi yöntemi tercih edilmiştir. Araştırma kapsamında dokümanlar ve görüşmeler sonucunda oluşturulan metinlerin analizinde içerik analizi tercih edilmiştir. İçerik analizi, birbirine benzer verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği şekilde düzenleyerek yorumlamaktadır (Creswell, 2016). İçerik analizine başlamadan önce analiz birimine karar verilmesi ve tümevarım ya da tümdengelim yaklaşımlarından birinin tercih edilmesi gerekmektedir (Braun ve Clarke, 2006). Bu çalışmada analiz birimi her bir katılımcının görüşme metni olarak belirlenmiştir. Analiz yaklaşımı olarak ise çalışmanın amacına göre tümevarım içerik analizi benimsenmiştir. Tümevarım içerik analizi Strauss ve Corbin (1990) ' e göre incelenen

olguya temel oluşturabilecek bir kuramın olmaması durumunda gerekli olan bir yöntemdir. Yapılan çalışma ile ilgili kuramsal altyapının olmadığı düşünüldüğünde tümevarımcı analiz yani kodlamaya dayalı analiz gerçekleştirilmiştir.

Tümevarım içerik analizi, araştırmacılar tarafından elde edilen verilen açık kodlanması, kategoriler oluşturulması ve özetlenmesi şeklinde gerçekleştirilmektedir. Gerçekleştirilen çalışma kapsamında da bu model esas alınarak içerik analizi yapılmıştır. Açık kodlama, tüm içeriğin tekrar düşünülerek metin içinde yer alan başlıklar çoğu kez okuyarak ve kategorize ederek yapılmaktadır. Kategorilerin oluşturulmasından sonra, grup sayılarını azaltabilmek için kategoriler daha geniş başlıklar altında toplanır ve birbirine benzer ve farklı başlıkların doğru ana başlık altında yer verilmesi gerekmektedir (Seggie ve Bayyurt, 2015).

Araştırma kapsamında elde edilen bulgular bilgisayar ortamına aktarılarak yeni kodlamalar yapılmış ve ilgili sorular kategorize edilerek tümevarımcı içerik analizi yöntemi benimsenmiştir. Araştırmacı bu süreç dâhilinde ilk olarak metinlerin ön okuması yapılmış ve uzman görüşüne başvurarak kod şemalarının ne şekilde olacağına karar vermiştir. Belirlenen kod şemaları esas alınarak dokümanlar ve kod şemaları araştırmacı tarafından incelenmiştir ve kodlamalar gerçekleştirilmiştir. Bu süreci takiben kategorilerin oluşturulması aşamasına geçilmiş ve birbirine paralellik gösteren alt kategoriler birlikte değerlendirilerek ana kategoriler oluşturulmuştur. Bu süreçte dâhilinde üç farklı araştırmacı belirleyerek çalışma ilgili bilgi verdikten sonra görüşme metinleri kapsamında ana ve alt kategorilerin oluşturulmasını talep etmiştir. Sonraki aşamada he araştırmacı hem de diğer uzmanlar tarafından oluşturulan ana ve alt temalar konusunda karşılaştırmalar yapılarak tartışılmıştır.

Belirlenen kodların metne uygun hale getirilmesi ve kategorilerin belirlenmesi aşamasında farklı görüşlere rastlanılmış ve ortak bir paydaya ulaşılarak önce temsili kodlara daha sonra temalara karar verilmiştir. Araştırmacılar tarafından oluşturulan kategoriler gastronomi biliminde uzman üç kişi tarafından incelenerek görüş ve önerileri alınmıştır. Uzman görüşleri üzerinde tartışmalar gerçekleştirilmiş bunu takiben kategoriler oluşturulması hakkında karar verilerek tartışmalar sonlandırılmıştır.

Nitel araştırmalarda araştırma sonuçlarının inandırıcı olabilmesi açısından güvenilirlik oldukça önem arz etmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016). İnandırıcılığın sağlanması

adına, araştırmacının veri toplama aşamasına dâhil olması, araştırma ve veri analiz süreci ile ilgili detaylı bilgilendirmelerde bulunulması, toplanan verilen metin haline getirilerek doğrudan alıntılara yer verilmesi ve kodlamaların en az iki araştırmacı tarafından yapılması ve araştırmacıların kod şemasını oluşturması, kod şemasının metne uygulanması ve kategorize etme aşamasında tartışmaların yapılması yollarına gidilmektedir (Kozak, 2014; Elo vd., 2014; Hall ve Valentin, 2005; Graneheim ve Lundman, 2004). Bu kapsamda ilk olarak içerik analizi aşamasında kod şeması oluşturulmuş uzman görüşü alınarak ayrı ayrı kodlamalar yapılmıştır ve bu kodlamalar ile ilgili tartışmalar gerçekleştirilmiştir. Araştırma yöntemi ile ilgili ayrıntılı bilgilere yer verilmiş ve bulgular kısmında doğrudan alıntılara yer verilmiştir.

Pastane şefleri ile gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda füzyon mutfak uygulamaları kapsamında geliştirilecek olan ürüne karar verilmiştir ve geliştirilen ürünler uzman panelistler tarafından duyuşal değerlendirmelere tabi tutulmuştur. Duyusal değerlendirmeler sonucunda elde edilen veriler SPSS 25,0 (Statistical Program for Social Sciences) paket programına aktarılarak Wilcoxon işaretli sıralar testi ve yüzde, frekans, standart sapma, aritmetik ortalama, medyan, mod gibi betimsel analiz verileri ile istatistiksel tekniklerden yararlanılmıştır.

3.2. Araştırma Bulguları

Araştırmanın bu bölümünde pastane şefleri ile gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda elde edilen ve panelistler tarafından duyuşal değerlendirmeleri yapılan füzyon mutfak uygulamaları kapsamında geliştirilen tatlıların duyuşal analiz bulguları yer almaktadır. Bu kapsamda ilk olarak pastane şeflerine ait demografik bilgiler, ana tema ve alt temalar ve bahsedilen temalara ilişkin açıklamalar yer almaktadır. İkinci aşamada ise panelist gruba ait demografik bilgiler, duyuşal değerlendirmeler sonucunda elde edilen verilere yönelik Wilcoxon işaretli sıralar testi ve betimsel analiz (yüzde, frekans, standart sapma, aritmetik ortalama, medyan) sonuçları yer almaktadır.

3.2.1. Pastane Şefleri ile Yapılan Görüşmeler Sonucunda Elde Edilen Bulgular

3.2.1.1. Pastane Şeflerine İlişkin Demografik Bilgiler

Araştırmaya katılan pastane şeflerinin cinsiyetleri, yaşları, eğitim durumları, çalıştıkları turistik destinasyon ve mesleki deneyim yılları ile ilgili bilgiler tablo 5’ de gösterilmiştir.

Tablo 5. Pastane Şeflerine İlişkin Demografik Bilgiler

Kod	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu	Çalıştığı Turistik Bölge	Mesleki Deneyim Yılı
Şef1	Erkek	30	Lisans	Antalya/Boğazkent	12
Şef2	Kadın	22	Lisans	İzmir/Alaçatı	4
Şef3	Kadın	25	Lisans	Muğla/Bodrum	5
Şef4	Erkek	46	Lise	Antalya/Boğazkent	19
Şef5	Erkek	25	Lisans	Muğla/Bodrum	5
Şef6	Kadın	25	Lisans	Balıkesir/Ayvalık	6
Şef7	Erkek	33	Lise	İzmir/Merkez	14
Şef8	Erkek	35	Lise	Antalya/Belek	21
Şef9	Kadın	29	Lisans	Antalya/Side	11
Şef10	Erkek	28	İlkokul	Antalya/Belek	9
Şef11	Erkek	24	İlkokul	Bursa/Uludağ	6
Şef12	Erkek	54	İlkokul	İstanbul/Silivri	36
Şef13	Kadın	23	Ön Lisans	Balıkesir/Ayvalık	5
Şef14	Kadın	27	Lisans	İzmir/Konak	9
Şef15	Kadın	38	Lisans	İzmir/Foça	10
Şef16	Erkek	34	İlkokul	Antalya/Kemer	12
Şef17	Erkek	40	Lise	Antalya/Side	22
Şef18	Erkek	30	İlkokul	Nevşehir/Ürgüp	12
Şef19	Erkek	45	İlkokul	Antalya/Alanya	27
Şef20	Erkek	36	İlkokul	Antalya/Alanya	18
Şef21	Erkek	30	İlkokul	Antalya/Alanya	12

Araştırma örneklemini oluşturan kişilerin 14’ü erkek 7’si kadın’dır. Katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde katılımcıların 8’i lisans, 4’ü lise, 8’i ilköğretimden mezundur. Görüşmeleri kabul eden kişilerin Antalya (10), İzmir (4), Balıkesir (2), Muğla (2), Bursa (1), İstanbul (1) ve Nevşehir (1) ilinde yer alan turistik destinasyonlarda çalışmaktadır. Pastane şeflerinin mesleki deneyim yılları 4 ile 36 yıl arasında değişiklik göstermektedir.

3.2.1.2. Türk Tatlılarının Turistler Tarafından Tanınırlığına Yönelik Ana ve Alt Temalar

Tablo 6. Türk Tatlılarının Turistler Tarafından Tanınırlığına Yönelik Ana ve Alt Temalar

Ana Tema	Alt Temalar	Görüşmelerden Alıntılar
Türk Tatlılarının Tanınırlığı	Belirli Ürün	“... Türk mutfağı yemek çeşitleri açısından turistler tarafından bilinmektedir. Ama tatlılar konusunda yeterince belli başlı tatlılar hariç iyi derecede tanınmadığını söyleyebilirim...” (Şef1)
	Tanıtım	Türk mutfağı ile ilgili elbette turistler belli başlı yiyeceklere hâkim az önce bahsettiğim tanıtım konusunda tatlılarımız hakkında yeterli bir bilgiye sahip değiller” (Şef9)
	Personel Nitelikleri	“... Ama çok iyi tatlılarımız, ürünlerimiz var bunları bazı oteller iyi yapamadığından veya yapmadığından iyi bir şekilde tanıtılmıyor...” (Şef11)
	Yaratıcılık	“... Ancak az önce bahsettiğim yabancı mutfakların ellerinde bulunan sınırlı ürünleri çeşitlendirip sunma konusunda tatlılarda genellikle bu uygulamaları gerçekleştiremiyoruz. Buda dışarıdan iyi bilinmeme durumuna yol açıyor...” (Şef21)

Tablo 6 ‘da pastane şeflerinin Türk mutfağının turistler tarafından tanınırlığına ilişkin görüşleri incelendiğinde Türk yemeklerinin Türk tatlılarına göre bilinirliğinin daha fazla olduğuna dair ifadelerine rastlanılmıştır:

“... Türk mutfağı yemek çeşitleri açısından turistler tarafından bilinmektedir. Ama tatlılar konusunda yeterince belli başlı tatlılar hariç iyi derecede tanınmadığını söyleyebilirim...” (Şef1)

“... Türk mutfağının tanındığını kabul ediyorum ama tatlıların tanınırlığı hakkında yetersiz kalıyoruz...” (Şef2)

“...Türk mutfağı denildiğinde turistler direk et yemeklerine ve kendi bölgemizde (İzmir) zeytinyağlılarımızla biliniyoruz. Ancak baklava ve künefe gibi tatlılarımız zaten biliniyor. Bunun dışında özel bir Türk tatlısı için yapılması talebini turistlerden duymadım...” (Şef7)

“...Tatlılarımızın tanınırlığı yüksek değil tanıtıma ihtiyacımız var...” (Şef14)

“... Zeytinyağlılar, etle yapılan yemekler bunlar iyi biliniyor. Kuzu eti ile yapılan yemekler, iç pilavının kullanıldığı ürünler turistler için olmazsa olmazlar içerisinde. Ama

çok iyi tatlılarımız, ürünlerimiz var bunları bazı oteller iyi yapamadığından veya yapmadığından iyi bir şekilde tanıtılmıyor...” (Şef11)

Pastane şeflerinin Türk tatlılarının tanınırlığına ilişkin görüşleri doğrultusunda elde edilen bir diğer bulgu ise tatlılardan bir kısmı haricinde diğer çeşitlerinin yeteri kadar bilinmediğidir:

“Türk tatlıları açısından değerlendirdiğimde ise genellikle tatlı bilinirliğinde problem olduğunu düşünmekteyim. Sektörel deneyimlerimin ışığında da Baklava, Künefe, Maraş Dondurma, Kadayıf, Katmer, Sütlaç, Lokum ve çeşitli helvalar dışında çok derin tatlı kültürümüzün bilinmediğini söyleyebilirim...” (Şef5)

“... Türk tatlılarının tanınırlığında öncelikli olarak baklavayı söyleyebilirim sonrasında tulumba, şekerpare ve meyve tatlıları gibi ama bunlar baklava gibi tanınmıyor” (Şef6)

“...Türk tatlılarının tanınırlığında öncelikli olarak baklavayı söyleyebilirim sonrasında tulumba, şekerpare ve meyve tatlıları gibi ama bunlar baklava gibi tanınmıyor...” (Şef8)

“... Özellikle bizim Türk mutfağı alakartlarımız var bunlara çok talep oluyor. Ama şu çıkarımı yapabiliriz biz alakartlara tatlı gönderiyoruz. Mesela İtalyan alakartına tiramisü, panagotta bunlar bize geri gelmiyor yani çok tüketiliyor. Türk mutfağına baklava, kadayıf gönderiyoruz bunlar tabii ki bilindik ürünler ama farklı bir Türk tatlısı gönderdiğimizde misafir sorgulamaya başlıyor bilmedikleri içinde pek tercih etmiyorlar...” (Şef10)

“... Birkaç tatlımız var bunlar ün yapmış. Mesela baklava gibi künefe gibi. Yemeklerin isimlerine kadar yabancılar biliyor. Tatlılardan bu bahsettiklerim dışında çeşit açısından pek üne sahip değiliz. Çünkü turistlerden tatlı çeşitlerinin birçoğuna hâkim değiller...” (Şef12)

“...Gözde olan sütlü ve şerbetli tatlılarımız dışında tanınırlığı yüksek olan tatlılarımız yok maalesef...” (Şef13)

“...Turistler Tatlıları dan şerbetli grubunda olan Baklava kadayıf, kalburabastı gibi tatlıları bilmekte ve sevmektedir. Otel büfelerinde Türk gecelerinde genellikle bu tatlıların sunumu yapılmakta turistler oldukça rağbet etmektedir...” (Şef15)

“...Ben açıkçası turistlerin tatlılarımızı yeteri kadar tanımadığını düşünüyorum. Baklava bile bizim en güzide tatlılarımızdan. Bu tatlının bile yalnızca fıstıklı veya cevizli çeşitleri biliniyor. Türevleri genel olarak tanınmıyor...” (Şef16)

“... Mutfağımız hem genel anlamda hem de yerel olarak turistler tarafından güzel bir imaja sahip. Çoğu turist daha ülkemize gelmeden yiyeceklerimiz hakkında bilgi sahibi olarak geliyor. Ama tatlılar açısından şu ana dek karşılaştığım yalnızca baklava ve çeşitleri hakkında bilgi sahibi olarak geldikleridir. Daha önceden bu ürün haricinde farklı bir tatlıyı özel olarak talep ettikleriyle ilgili bir durumla karşılaşmadım. Bunun en büyük sorunlarından birinin sadece sabit tatlılarımızı ön plana çıkarmaya çalışmamız olduğunu düşünüyorum...” Şef20

Şeflerin görüşleri doğrultusunda baklava, kadayıf, katmer, künefe, sütlaç, lokum kalburabastı gibi sütlü ve şerbetli Türk tatlılarının meyve tatlıları ve diğer tatlı türlerine göre daha fazla tanındığı anlaşılmaktadır. Şeflerin bazıları bu durumun sebebinin tanıtım ve personel nitelikleri gibi hususlardan kaynaklandığını belirtmektedir. Bu ifadeler aşağıda belirtildiği şekildedir;

Personel niteliğine ilişkin, Şef11 “...Ben iyi konseptli otellerde de çalıştım kötü otellerde de ama kaliteli otel de yaptığımız tatlılar genelde beğeniliyor. Ama kötü konseptli otel maliyet ucuz diye Türk mutfağına mal edilen meyve tatlıları yapıldığından turistler için bir süre sonra sıkıcı geliyor. Ama çok iyi tatlılarımız, ürünlerimiz var bunları bazı oteller iyi yapamadığından veya yapmadığından iyi bir şekilde tanıtlamıyor...” ifadelerine yer vermektedir.

Şef17 ise “...Mesela kabak tatlısı bilinen sevilen bir tatlı ama ben bazı otel de ustalarım bunu yaptırdığımda turistlerden olumlu dönüşler alıyorum. Tabi biçim olarak güzel yapamayan ustalar bu ürünle uğraştığında turistlerin görüşleri değişebiliyor...” şeklinde personelin niteliği ile ilgili görüşlerini belirtmektedir.

Türk tatlılarının tanıtım problemi ile ilgili Şef5 “...Son yıllarda pek çok özel sektör ve kamu özelinde çalışmalar olsa da kat edilecek yolun uzun olduğunu düşünmekteyim. Bu bağlamda özellikle sadece belirli ürünlerin bilinirliğinin oldukça yüksek olduğunu görmekle (Turkish Kebap, Döner, Pide, Lahmacun, Turkish Delight) beraber birçok coğrafi işaret tescili almış ürününse tanıtılarak pazarlanmadığına şahit olmuştum. Bugün pek çok ithal ve coğrafi işaretli ürün ülkemizde satışa sunulurken bizler bunu

ülkemizde bulunan satış oranlarına kıyasla oldukça az gerçekleştirmekteyiz...” görüşünü bildirmektedir.

Tanıtım hususunda bir diğer ifade ise Şef9’un “...Turistlere ürünlerimiz hakkında tanıtım yaparken de maalesef (türkîş sipesiyel) farklı tabirler kullanıyoruz. Hâlbuki yabancı tanınmış tüm ürünlerin isimlerini ana dilimiz gibi bildiğimiz halde kendi ürünlerimizi tanıtıma erinir hale geliyoruz. Türk mutfağı ile ilgili elbette turistler belli başlı yiyeceklere hâkim az önce bahsettiğim tanıtım konusunda tatlılarımız hakkında yeterli bir bilgiye sahip değiller...” şeklindeki Türk tatlılarının isimlerinin yanlış lanse edilmesine ilişkin görüşleridir.

Pastane şeflerinin Türk mutfağı ve Türk tatlılarının tanınırlığına ilişkin görüşlerinden yola çıkılarak Türk mutfağının turistler tarafından fazla tanındığı hatta Şef8 tarafından “...Türk mutfağı zaten çalıştığımız işletmelere tatile geldiklerinde yemekleri le ilgili bir ön bilgiye sahipler adana kebabı, lahmacun vb. yemekleri biliyorlar...” şeklinde belirttiği görüş ile bu ifade desteklenmektedir.’ Bu duruma karşın Türk tatlılarının turistler tarafından yeteri kadar tanınmadığına ve tanıtım, personel nitelikleri konusunda eksikliklerin bulunduğunu söylemek mümkündür.

3.2.1.3. Turistler Tarafından Beğenilen ve Beğenilmeyen Türk Tatlılarına İlişkin Elde Edilen Bulgular

Tablo 7. Turistler Tarafından Beğenilen ve Beğenilmeyen Tatlılar

Katılımcı	Beğenilen Tatlılar	Beğenilmeyen Tatlılar
Şef1	Sütlü Tatlılar	Şerbetli Hamur Tatlıları
Şef2	Sütlü Tatlılar	Şerbetli Hamur Tatlıları
Şef3	Sütlü Tatlılar	Şerbetli Hamur Tatlıları
Şef4	Sütlü Tatlılar	Şerbetli Hamur Tatlıları
Şef5	Sütlü Tatlılar	Şerbetli Hamur Tatlıları
Şef6	Sütlü Tatlılar	Şerbetli Hamur Tatlıları
Şef7	Sütlü Tatlılar	Şerbetli Hamur Tatlıları
Şef8	Şerbetli Hamur Tatlıları, Sütlü Tatlılar, Meyve Tatlıları	Şerbetli Hamur Tatlıları
Şef9	Sütlü Tatlılar, Şerbetli Hamur Tatlıları (Baklava, Kadayıf)	Şerbetli Hamur Tatlıları (Şekerpare)

Şef10	Şerbetli Hamur Tatlıları (Baklava, Kadayıf), Sütlü Tatlılar, Meyve Tatlıları	Şerbetli Hamur Tatlıları (Şekerpare)
Şef11	Şerbetli Hamur Tatlıları (Baklava, Tulumba, Hanımgöbeği, Dilberdudağı),	Şerbetli Hamur Tatlıları (Şekerpare), Meyve Tatlıları
Şef12	Şerbetli Hamur Tatlıları (Baklava, Kadayıf, Künefe)	Meyve Tatlıları
Şef13	Şerbetli Hamur Tatlıları, Sütlü Tatlıları	-
Şef14	Helva Çeşitleri	-
Şef15	Şerbetli Hamur Tatlıları (Baklava, Kadayıf), Sütlü Tatlılar, Cezerye	-
Şef16	Şerbetli Hamur Tatlıları (Baklava, Kadayıf), Sütlü Tatlılar	Şerbetli Hamur Tatlıları (Şekerpare, Kalburabastı), Meyve Tatlıları
Şef17	Şerbetli Hamur Tatlıları (Baklava, Halka Tatlısı, Tulumba Tatlısı)	Şerbetli Hamur Tatlıları (Şekerpare, Revani, Helva Çeşitleri (İrmik Helvası))
Şef18	Şerbetli Hamur Tatlıları, Sütlü Tatlılar	Meyve Tatlıları
Şef19	Şerbetli Hamur Tatlıları (Baklava, Kadayıf, Ekmek Kadayıfı), Sütlü Tatlılar	Şerbetli Hamur Tatlıları (Şekerpare, Kalburabastı, Kemalpaşa Tatlısı, Lokma)
Şef20	Sütlü Tatlılar	Helva Çeşitleri
Şef21	Şerbetli Hamur Tatlıları	Şerbetli Hamur Tatlıları

Tablo 7’de pastane şeflerinin deneyimlerine dayanılarak turistler tarafından beğenilen ve beğenilmeyen tatlılara ilişkin elde edilen bulgular “meyve tatlıları, sütlü tatlılar, şerbetli hamur tatlıları, helva çeşitleri” şeklinde kategorize edilmiştir.

Görüşme gerçekleştirilen pastane şeflerinin 8’i turistlerin sütlü tatlıları beğendiğini belirtmektedir. 5’i şerbetli hamur tatlılarını, 5 şef ise hem sütlü tatlıları hem de şerbetli hamur tatlılarını beğendiklerini ifade etmektedirler. 2 şef turistlerin meyve tatlıları, sütlü tatlılar ve şerbetli hamur tatlılarını, şeflerden 1’i se turistlerin yalnızca helva çeşitlerini beğendiklerini belirtmektedirler. Beğenilmeyen Türk tatlılarını 15 şef şerbetli hamur tatlıları, 3’ü meyve tatlıları, 2’si ise helva çeşitleri olarak belirtmektedir. 4 şef (**Şef8**, **Şef13**, **Şef14**, **Şef15**) ise Türk tatlılarının beğenildiği görüşünü ifade etmektedir.

Pastane şefleri ile gerçekleştirilen görüşmeler doğrultusunda elde edilen bir diğer sonuç ise turistlerin şerbetli hamur tatlılarının bir bölümünü beğendikleri ve bazılarının beğenilmediğidir. **Şef9**, **Şef10**, **Şef15**, **Şef16** şerbetli hamur tatlılarından baklava ve kadayıfın beğenildiğini, şekerparenin ve kalburabastının beğenilmediğini belirtmektedir. **Şef11** ise baklava, tulumba, hanımgöbeği, dilberdudağının beğenildiğini şekerparenin

beğenilmediğini, Şef17 baklava, halka tatlısı, tulumba tatlısının beğenildiğini şekerpare ve revanın beğenilmediğini ifade etmektedir. Şef19 ise baklava, kadayıf, ekmek kadayıfının beğenildiğini ve şekerpare, kalburabastı, Kemalpaşa tatlısı ve lokmanın beğenilmediğini belirtmektedir.

Turistlerin genel olarak sütlü tatlıları diğer tatlı gruplarından daha fazla beğenildiği görülmektedir. Şerbetli hamur tatlıları ise baklava ve kadayıf haricinde turistler tarafından pek fazla tercih edilmemektedir. Beğenilmeyen tatlılar içerisinde ise şekerpare ve türevi tatlılar ön plana çıkmaktadır. Meyve tatlıları ve helva çeşitlerinin de şerbetli hamur tatlılarına nazaran beğenilmeme durumuna yönelik ifade sayısı azdır.

3.2.1.4. Pastane Şeflerinin Faaliyet Gösterdikleri İşletmelerde Menülerinde Yer Verilen Türk Tatlıları

Pastane şefleri ile gerçekleştirilen görüşmeler de turistler tarafından beğenilen ve beğenilmeyen tatlıların hangileri olduğu tespit edildikten sonra işletme menülerinde yer verdikleri Türk tatlılarının olduğu saptanmıştır. İlgili bilgiler tablo 8’de meyve tatlıları, sütlü tatlılar, şerbetli hamur tatlıları, helva çeşitleri ve tahıl tatlıları olarak kategorize edilmiştir.

Tablo 8. İşletme Menülerinde Bulunan Türk Tatlıları

Tatlı Grubu	İşletme Menülerinde Yer Alan Türk Tatlıları ve Tekrar Sayıları
Meyve Tatlıları	Kabak Tatlısı (15), Ayva Tatlısı (8), Armut Tatlısı (7), Elma Tatlısı (7), İncir Uyutması (3)
Sütlü Tatlılar	Sütlaç (19), Kazandibi (17), Muhallebi (15), Tavukgöğsü (12), Güllaç (1), Keşkül (1), Sultan Sarması (1)
Şerbetli Hamur Tatlıları	Baklava (20), Tel Kadayıf (16), Şekerpare (11), Tulumba Tatlısı (11), Kalburabastı (7), Halka Tatlı (6), Lokma (5), Revani (6), Yoğurt Tatlısı (4), Dilberdudağı (3), Vezirparmağı (3), Ekmek Kadayıfı (2), Hanımgöbeği (2), İzmir Bombası (1), Kadayıf Dolması (1), Kıbrıs Tatlısı (1), Künefe (2), Lor Tatlısı (1), Lorlu Kurabiye (1), Sakızlı Kurabiye (1), Şam Tatlısı (1), Un Kurabiyesi (1),
Helva Çeşitleri	İrmik Helvası (9), Un Helvası (8), Höşmerim (2), Peynir Helvası (1)
Tahıllı Tatlılar	Aşure (4), Zerde(1)

Tablo 8’ de işletme menülerinde yer alan Türk tatlılarına yer verilmiştir. Tespit edilen tatlılar; meyve tatlıları, sütlü tatlılar, şerbetli hamur tatlıları, helva çeşitleri ve tahıllı tatlılar olarak kategorize edilmiştir. Buna ek olarak Türk tatlılarının tekrar sayıları belirtilmiştir.

Menülerde yer alan Türk tatlıları içerisinde en fazla tekrar eden tatlı grubu şerbetli hamur tatlıları (22) olarak tespit edilmiştir. Şerbetli hamur tatlılarını sırasıyla sütlü tatlılar (7), meyve tatlıları (5), helva çeşitleri (4) ve tahıllı tatlılar (2) takip etmektedir. Şerbetli hamur tatlıları içerisinde en fazla tekrar eden ilk üç tatlının baklava (20), tel kadayıf (16) şekerpare (11) ve tulumba tatlısı (11) olduğu belirlenmiştir. Bu tatlı grubu içerisinde en az tekrar eden tatlılar ise dilberdudağı (3), vezirparmağı (3), İzmir bombası (1), kadayıf dolması (1), Kıbrıs Tatlısı (1), künefe (2), lor tatlısı (1), lorlu kurabiye (1), sakızlı kurabiye (1), şam tatlısı (1) ve un kurabiyesi (1) ‘dir.

Sütlü tatlılar grubu içerisinde ise en fazla tekrar eden ilk üç tatlının sütlaç (19), kazandibi (17), muhallebi (15) olduğu söylenilebilir. Sütlü tatlılar içerisinde menülerden en az tekrar edilen tatlılarda güllaç (1), keşkül (1), sultan sarması (1) olarak tespit edilmiştir. Meyve tatlıları grubunda en çok tekrar eden tatlıların kabak tatlısı (15), ayva tatlısı (8), armut tatlısı (7) olduğu görülmektedir. En az tekrar eden tatlı ise incir uyutması (3) ‘dır. Tahıl tatlıları içerisinde ise dört şef menülerinde aşureye ve yalnızca birinin zerde tatlısına yer verdiklerini belirtmiştir.

3.2.1.5. Pastane Şeflerinin Türk Tatlılarının Koku, Doku, Lezzet ve Görünüş Özellikleri Hakkında Olumlu ve Olumsuz Görüşler

Ürün geliştirme aşamasına geçmeden önce pastane şeflerine Türk tatlılarının özellikleri ile ilgili düşünceleri sorulmuştur. Bununla ilgili ana tema ve alt temalar belirlenip tablo 9 ve 10’da ilgili bilgilere yer verilmiştir.

Tablo 9. Pastane Şeflerinin Görüşlerinin Sınıflandırılması

Ana Tema	Görüşler	Alt Tema	Ortak Yanıt Veren Katılımcılar
Görünüş	Olumlu	Parlaklık	Şef1, Şef3, Şef4, Şef5, Şef8, Şef11, Şef12, Şef18, Şef20, Şef21
	Olumsuz	Yetersiz Sunum	Şef1, Şef2, Şef4, Şef7, Şef8, Şef10, Şef11, Şef18, Şef19, Şef20, Şef21
		Renk	Şef1, Şef2, Şef4, Şef7, Şef10, Şef19
		Kararma	Şef8, Şef16, Şef17, Şef20
Doku	Olumlu	Sakızımsı Yapı	Şef12, Şef14, Şef20
		Çıtır Doku	Şef6, Şef10, Şef16, Şef17
		İncelik	Şef6, Şef7, Şef8, Şef18
	Olumsuz	Sertlik	Şef1,Şef2 Şef7, Şef8,Şef14, Şef17, Şef20
Koku	Olumlu	Farklı Aroma Bileşenleri	Şef8, Şef10, Şef12, Şef13, Şef14, Şef17, Şef21
		Yoğunluk	Şef2, Şef3, Şef8, Şef10, Şef11, Şef14, Şef19
	Olumsuz	Yanık Kokusu	Şef7, Şef8, Şef14, Şef16, Şef17, Şef19
Lezzet	Olumlu	Hafiflik	Şef1,Şef2, Şef3, Şef6, Şef7, Şef8, Şef11, Şef12, Şef14, Şef15, Şef16, Şef20, Şef21
		Doğallık	Şef3, Şef5, Şef8, Şef10 Şef12, Şef16
		Farklı Tat Kombinasyonu	Şef7, Şef8, Şef10, Şef13, Şef17, Şef20, Şef21
	Olumsuz	Sınırlı Malzeme İçeriği	Şef1, Şef17, Şef18, Şef21
		Şeker Oranı	Şef1, Şef2, Şef3, Şef4, Şef6, Şef8, Şef10, Şef11, Şef12, Şef13, Şef14, Şef15, Şef16, Şef19, Şef20, Şef21
		Yağ Oranı	Şef2, Şef4, Şef10, Şef11, Şef12, Şef14, Şef16, Şef17
		Un Miktarı	Şef2, Şef7, Şef15, Şef19
Ekşime	Şef8, Şef16, Şef17		

Tablo 9’da pastane şeflerinin Türk tatlılarının görünüş, doku, koku, lezzet özelliklerine ilişkin değerlendirmeleri tematize edilmiştir. Pastane şefleri ile yapılan görüşmeler sonucunda “görünüş”, “doku”, “koku” ve “lezzet” olmak üzere dört ana tema belirlenmiştir. Görünüş ana temasında, olumlu yorumlarda alt tema “parlaklık”, iken olumsuz yorumlarda “yetersiz sunum”, “renk” ve “kararma” olarak belirlenmiştir. Doku ana temasında, olumlu yorumlarda alt temalar “sakızımsı yapı”, “çıtır doku”, “incelik”

olarak temalaştırılırken, olumsuz yorumlarda “sertlik” olarak belirlenmiştir. Koku ana temasında, olumlu yorumlarda alt tema “farklı aroma bileşenleri” iken olumsuz yorumlarda “yoğunluk” ve “yanık kokusu” olarak belirlenmiştir. Lezzet ana temasında, olumlu yorumlarda alt temalar “hafiflik”, “doğallık” ve farklı tat kombinasyonları” olarak belirlenirken, olumsuz yorumlarda “şeker oranı”, “yağ miktarı”, “un miktarı” ve “eksilik” olarak belirlenmiştir.

Pastane şeflerinin Türk tatlılarının görünüş, doku, koku ve lezzet özelliklerine yönelik görüşleri doğrultusunda olumlu olarak 54, olumsuz yönleri açısından ise 77 ifade tespit edilmiştir. Aşağıda yer alan Tablo 10 ve Tablo 11’de pastane şeflerinin Türk tatlılarının ana ve alt temalara göre olumlu ve olumsuz görüşlerine yönelik örnek alıntılara yer verilmiştir.

Tablo 10. Pastane Şeflerinin Türk Tatlılarının Olumlu Özellikleri Hakkında Görüşlerine Yönelik Alıntılar

Ana Temalar	Alt Temalar	Olumlu Özelliklere Yönelik Alıntılar
Görünüş	Parlaklık	“... Özellikle görünüş ve doku anlamında şerbetlerin kattığı parlaklık ve pişirme tekniklerimizden gelen çeşitli lezzet ve tekstür artırıcı uygulamalar sayesinde Türk tatlıları değerli duyuşsal özellikler kazanmaktadır...” Şef5
Doku	Sakızimsı Yapı	“...Şekerli, glikozlu tatlıların şekeri ve yağı çok ağır olunca bence bir süre sonra insanı rahatsız ediyor. Sütlü tatlılar bunun tam tersine hafif ve sakız gibi olduğu için güzel tatlı ürünleri...” Şef12
	Çıtır Doku	“...Bence tek güzel yanı bazı tatlılarımızda çıtır bir dokunun olması, doğallığı ve farklı aromalar açısından gayet iyi...” Şef10
	İncelik	“... Her katının ipek gibi ince görünmesi, içine konulan fındık, dışılık ceviz ve şerbeti ayrı bir özellik...” Şef6
Koku	Farklı Aroma Bileşenleri	“...Benim kişisel kanaatim yendiğinde çeşitli aromaların kokusunu hissedebiliyorsunuz...” Şef18
Lezzet	Hafiflik	“... Sütlü tatlılar da hafif oldukları için menüde yer veriyoruz...” Şef8
	Doğallık	“... Kabak tatlısından örnek vermişim. Bu tür meyve tatlıları doğal olduğu için ilk tercihlerimizden biri” Şef17
	Farklı Tat Kombinasyonu	“... Fıstık, tarçın vs. ürünler hep birlikte kullanıldığında farklı aroma verebiliyor...” Şef7

Olumlu özellikler kapsamında “hafiflik”, “parlaklık”, “farklı aroma bileşenleri” ve “farklı tat kombinasyonu” ön plana çıkan ifadeler arasında yer almaktadır. Bu ifadeler sütlü tatlılar, şerbetli hamur tatlıları ve meyve tatlıları grubuna yönelik belirtilmektedir.

“Hafiflik” ve “sakızımsı yapı” özelliğiyle ilgili sütlü tatlılar için pastane şefleri tarafından olumlu görüş bildirilmektedir. Bu ifadelere örnek olarak;

“...Hafif olduğu için tercih edilen sütlü tatlıların yanı sıra çoğunluğunu bakliyatların oluşturduğu aşure dışardan bakıldığında bir tatlıda bulunması zor olduğu düşünülen tatlıları bir arada buluşturmasıyla insanı şaşırtmaktadır bu da mutfağımızda ki tatlıların ne kadar yaratıcı ve eşsiz dokulara sahip olduğunun minik bir göstergesidir...” Şef3

“...Sütlü tatlılar biraz daha az glüten ve şeker içerdiği için daha çok tercih ediliyor işletmede bu olumlu bir yön tabi...” Şef6

“...Sütlü tatlılar bunun tam tersine hafif ve sakız gibi olduğu için güzel tatlı ürünleri...” Şef12

“... Bunu nasıl anlatırım bilmiyorum ama kokusu çiğ oluyor bazen mesela kazandibinde özellikle. Sakızımsılığı güzel hafif ama çiğ kokusu eksi bir özellik...” Şef14

Pastane şeflerinin Türk tatlılarının olumlu özellikleri ile ilgili “hafiflik”, “doğallık” ve “parlaklık” alt temaları kapsamında meyve tatlıları için yorumlar yer almaktadır. Bunlara örnek olarak;

“...Bazı tatlılar var mesela meyve tatlıları bunların doğal oluşu bile tatmin edici düzeyde...” Şef3

“... Türk tatlılarının net bir profile sahip olduğunu düşünmekteyim. Genel anlamda bu profilin dışında kalan grup için de ön plana çıkan tatlılar genelde meyvelerin kendi şekeri ile pişirildiği tatlılar olmakta...” Şef5

“... Meyve tatlılarında ayva ve kabak tatlısının kendiliğinden parlaklığı ve lezzeti diğer meyve tatlılarına göre daha ön sıradadır...” Şef8

“... Basit gibi görünen meyve tatlıları bile doğallığını korumak için iyi bir işçilik istiyor. Hafif tatlılar yani tam turistlerin istediği gibi” Şef16

Türk tatlılarının “parlaklık”, “çıtır doku”, “incelik” “farklı aroma bileşenleri” ve “farklı tat kombinasyonları” alt temaları kapsamında pastane şefleri tarafından şerbetli hamur tatlılarına yönelik görüşler belirtilmektedir. Bu görüşlere örnek olarak;

“... Olumlu tek yönün parlaklığın sağladığı taze görünüm olduğunu düşünüyorum...”

Şef4

“... Özellikle görünüş ve doku anlamında şerbetlerin kattığı parlaklık ve pişirme tekniklerimizden gelen çeşitli lezzet ve tekstür artırıcı uygulamalar sayesinde Türk tatlıları değerli duyuşsal özellikler kazanmaktadır...” Şef5

“... 'Bu ürünlerde (baklava vb.) dekorasyonu kastetmiyorum ismi, lezzeti, parlaklığı bile yetiyor...” Şef11

“... Malzeme kaliteli olursa tabii ki baklavanın kokusu, parlaklığı, rengi gibi özellikleri bana güzel geliyor. Bu bütün şerbetli tatlılar için geçerli...” Şef12

“... Özellikle hamur tatlılarında, parlak yapıda olmaları da aynı şekilde olumlu bir özellik olarak söyleyebilirim...” Şef18

“... 'Öncelikle baklava kaliteli yapıldığı takdirde tereyağının, fıstığın kokusu ve hamurun çıtırlığı ile tamamlandığında lezzet olarak menüdeki ilk tercihimiz oluyor” Şef8

“...” Bence tek güzel yanı bazı tatlılarımızda çıtır bir dokunun olması, doğallığı ve farklı aromalar açısından gayet iyi...” Şef10

“... Ben biraz gelenekselciyim. Şuan özellikle sosyal medyada ismi çok geçen hayvansal yağlar var, bunlar kötüdür demem ama bir baklava örneği verecek olursak sadeyağın kokusu o hamura verdiği lezzet, çıtır dokusu, kullanılan unu, her katının ipek gibi ince görünmesi, içine konulan fındık, fıstık, ceviz ve şerbeti ayrı bir özellik. Tüm bu özelliklerin bir üründe olması benim için olumlu yönü budur...” Şef6

“... Çıtırlığı ile mesela bu ürünler (baklava, kadayıf, tulumba vb.), iyi bir işçilikle albenisi olan ürünler...” Şef16

Tablo 11. Pastane Şeflerinin Türk Tatlılarının Olumsuz Özellikleri Hakkında Görüşlerine Yönelik Alıntılar

Ana Tema	Alt Tema	Olumsuz Özelliklere Yönelik Alıntılar
Görünüş	Yetersiz Sunum	“... Tatlılarımız çok kötü diyemem aslında bazılarının inceliği ve katmanları bir emeğin göstergesi ancak görünüş konusunda tek kötü eleştirim dekorasyonları yetersiz...” Şef18
	Renk	“...Görünüş desem herhangi bir sunumu farklılaştırıyoruz ve sabit renkler kullanıyoruz...” Şef10
	Kararma	“... Meyve tatlıları özellikle büfede kaldığında kararma, ekşime, çürüme gibi bazı olumsuzluklar ile karşılaşılıyor...” Şef16
Doku	Sertlik	“... Şerbetli tatlılar ağır, yağlı ve sert oldukları için sıklıkla tercih edilen tatlılar olduğunu düşünmüyorum...” Şef4
Koku	Yoğunluk	“... Hamur tatlılarında yumurtanın çok olduğundan dolayı koku ve tat tercihimiz değildir...” Şef8
	Yanık Kokusu	“... Pişirmede dikkat etmemiz gereken bazı konular var. Bu tatlıları yakmadan pişirmemiz lazım. Çünkü koku anlamında insana itici gelebiliyor...” Şef19
Lezzet	Sınırlı Malzeme İçeriği	“... Malzeme içeriklerimiz zaten sınırlı az malzemeyle üst düzey bir lezzet yakalamamız için ürünlerin işçiliğine özen göstermemiz gerekiyor...” Şef17
	Şeker Oranı	“...’Yendiğinde rahatsızlık vermesi (mide- yanması, rahavet çökmesi, kan şekeri yükselmesi), hamurun gluten içermesi, yüksek şeker ve yağ oranı ve maalesef hammadde ücretinin maliyetli olması benim için olumsuz yönleri arasında...” Şef6

Yağ Oranı	“... Kalitesiz yağlar fazla kullanıldığında insanın midesinde acı bir durum yaratıyor. Aynı zamanda tatlıdaki güzel aromaların yerine kötü bir koku uyandırıyor...” Şef14
Un Miktarı	“... Un miktarı çok fazla olduğu için kısa vadede yanabiliyor.” Şef19
Ekşime	“... Renkleri karartıyor elbette ekşimsi bir tat bırakıyor...” Şef17

Pastane şeflerinin Türk tatlılarının olumsuz özelliklerine yönelik görüşleri incelendiğinde “şeker oranı”, “yetersiz sunum”, “yağ oranı”, “yoğunluk”, “sertlik”, “yanık kokusu”, “renk”, “sınırlı malzeme içeriği”, “un miktarı”, “ekşime” ve “kararma” ile ilgili ifadeler ön plana çıkmaktadır.

“Şeker oranı”, “yağ oranı”, “yoğunluk”, “sertlik”, “yanık kokusu” ve “un miktarı” ile ilgili olumsuz ifadeler şerbetli hamur tatlıları açısından belirtilmektedir. Bu ifadelere örnek olarak;

“... Aşırı şekerli, su içinde yüzen tatlılar olduğu için turistler tarafından kötü algılandığını düşünüyorum. Bunun dışında kullanılan malzemelerin bilinçsizce fazla ilave edilmesi ürünleri sert bir yapıya büründürüyor...” Şef2

“... Birde bu tatlılar kızartıldığında aşırı kızartılırsa yanık kokusu gelebiliyor ve rengi hoş bir yapıya sahip olmuyor...” Şef7

“... Hamur tatlılarında yumurtanın çok olduğundan dolayı koku ve tat tercihimiz değildir. Kızartma tatlıları da çok şerbetli, sert ve yanık bir his verdiği için menüye koymasak bile çeşitlilik açısından mecburen ekliyoruz...” Şef8

“... Öncelikle aşırı şerbetli diyebilirim. Şeker dengesini bence iyi ayarlayamıyoruz. Görünüş desem herhangi bir sunumu farklılaştırıyoruz ve sabit renkler kullanıyoruz. Koku olarak yoğun yağ kokusu geliyor...” Şef10

“... Şekerli, glikozlu tatlıların şekeri ve yağı çok ağır olunca bence bir süre sonra insanı rahatsız ediyor...” Şef12

“... Mesela baklava en gözde ürünlerimizden biri tabi bunun çeşitleride var. Eğer bunu yapan şef veya usta içine ilave ettiği karışımları yeterli bir miktarda ilave etmezse o farklı kuruyemiş aromalarını alamazsınız. Aynı şekilde yağı sürekli ısıtıp bu şekilde yağlaması gerekiyor. Eğer yağ donar ısıtmaya üşenirse güzel bir koku ve lezzet vermez insanı rahatsız eden ağır bir hale gelir. Tulumba tatlısına benzer kızartma tatlılarımız var mesela bunlarda çıtırlık güzel bir özellik ama yapılırken yakmadan kararında pişirilmesi gerekiyor ama genelde çıtırlıktan uzak sert ve yanık şekilde pişiriyorlar buda haliyle tüketilmiyor...” Şef17

“... Yağ kokusu baskın bu tabi ki bizim damak tadımızda alışılmış bir durum ama farklı kültürler buna sıcak bakmayabilir. Şeker oranının yüksek olması da bu duruma örnek. Pişirmede dikkat etmemiz gereken bazı konular var. Bu tatlıları yakmadan pişirmemiz lazım. Çünkü koku anlamında insana itici gelebiliyor. Un miktarı çok fazla olduğu için kısa vadede yanabiliyor...” Şef19

“...’Şekerli, şerbetli tatlılar çok fazla tercih edilmiyor. Bazı zamanlar memnuniyet anketlerinde turistlerin görüş ve önerilerini alan ilgili departmandaki arkadaşlarımız tatlıların şekerinin biraz daha kısılması için tavsiye verdiklerini söylüyorlar...” Şef20

Türk tatlılarının olumsuz özellikleri ile ilgili “yetersiz sunum” ve “renk” ile ilgili görüşlere örnek olarak;

“...Olumsuz olarak renk uyumunu iyi yakalayamıyoruz. Tek renk olacak şekilde servis ediyoruz. Bu da sunum açısından beğeni toplamıyor...” Şef4

“... Olumsuz yanı ise ürünü tanıtımını ve sunumu nu Görsel olarak yapılmaması neticesinde ürünün alt seviye kalması olumsuz bana göre”. Çünkü renkler tamamen sabit sarımsı renkler kullanılıyor...” Şef7

“... Görünüş desem herhangi bir sunumu farklılaştırıyoruz ve sabit renkler kullanıyoruz...” Şef10

“... Tatlılarımız çok kötü diyemem aslında bazılarının inceliği ve katmanları bir emeğin göstergesi ancak görünüş konusunda tek kötü eleştirim dekorasyonları yetersiz...” Şef18

“... Tatlılar açısından görünüş olarak biraz daha prezentasyonuna özen göstermek gerekiyor”. Yabancılar geleneksel tatlıları sade olan tatlıları çok farklı tekniklerle albenisi yüksek ürünler haline getirebiliyor. Elbette özen gösterirsek bizde bunu gerçekleştirebiliriz. Yabancı şefler tabaklarında farklı tonda renkler kullanıyor ama

maalesef bizde sabit renklerde dekorasyonlar ve ürün renkleri alışılmış bir şekilde kullanılıyor...” Şef19

Olumsuz özellikler kapsamında belirtilen bir diğer ifade ise Türk tatlılarının genel anlamda “sınırlı malzeme içeriği” ile ilgili husustur. Bu ifadelere örnek olarak;

“... Ürünler standart bir malzeme şemasının etrafında toplanmış gibi çeşit olarak da sunum da kullanılan renk kombinasyonları olarak da az kullanılan malzeme ile de sınırlı diyebileceğimiz sayıdadır...” Şef1

“... Malzeme içeriklerimiz zaten sınırlı az malzemeyle üst düzey bir lezzet yakalamamız için ürünlerin işçiliğine zen göstermemiz gerekiyor...” Şef17

“... Şekeri fazla olan tatlılar herkese hitap etmeye biliyor. İçine koyduğunuz malzemeler çok az biraz daha zenginleştirilip farklı versiyonlarının yapılması gerekiyor...” Şef18

Türk tatlılarının olumsuz özelliklerine yönelik “ekşime” ve “kararma” ile ilgili ifadeler ise meyve tatlıları ile ilgili ön plana çıkmaktadır.

“... Elbette bu tatlılar (meyve tatlıları) taze tüketilmeli yoksa ekşime ve kararmalar meydana gelebilir...” Şef8

“... Meyve tatlıları özellikle büfede kaldığında kararma, ekşime, çürüme gibi bazı olumsuzluklar ile karşılaşılıyor...” Şef16

“... Bu tür tatlıları (meyve tatlıları) tüketirken taze olarak tüketilmesi gerekiyor. Ama biz yapıyoruz bu tatlıyı iyi muhafaza etmeden üç-beş gün bekletiyoruz. Renkleri kararıyor elbette ekşimsi bir tat bırakıyor...” Şef17

Pastane şeflerinin Türk tatlılarının özelliklerine yönelik görüşlerinin tespit edilmesi haricinde turistlere bu tatlıları doğrudan üretimini gerçekleştirdikleri ve birebir muhatap oldukları için “Turistlerin Türk tatlılarının olumlu ve olumsuz özellikleri ile ilgili sizinle paylaştığı görüşleri hakkında bilgi verir misiniz?” sorusu yöneltilmiştir. Bu kapsamda turistlerin Türk tatlılarının olumlu özellikleri ile ilgili aşağıda bazı ifadelere yer verilmiştir.

Pastane şefleri turistlerin sütlü tatlıların hafif bir özelliğe sahip olmasından dolayı talep edilen tatlılar olduklarını belirtmektedirler. Bu ifadelere örnek olarak;

“... Süt tatlıları hafif olduğu için misafir ilişkilerindeki personel bu tatlıları çok beğendiklerini ve bizden talep edildiğini belirtiyor...” Şef10

“... Yani olumlu olarak yalnızca sütlü tatlıların hafif olmasından dolayı beğenildiği söyleniyor...” **Şef11**

“...” Sütlü tatlılardan genelde beğeni topluyoruz. Akışkanlığı, hazmedici olması gibi unsurlar turistler tarafından yapılan yorumlar arasında...” **Şef16**

“... Sütlü tatlılar hafif içerikli diye çok beğeniliyor. Bununla ilgili dönüşler alabiliyoruz...” **Şef19**

“...” Sütlü tatlılara 24 saat yiyecek hizmeti verdiğimiz süre boyunca her yerde yer veriyoruz”. Günün tamamında turistler tarafından talep edilebiliyor...” **Şef20**

Bu ifadelerden farklı olarak **Şef17** “... Beslenme şekilleri bilinçli olduğu için sütlü tatlılarını kalorisi az diye tükettiklerini belirtiyorlar. Yemeklerimiz aşırı tuzlu ve yağlı ama şaşırtıcı olan yemekleri severek tüketiyorlar. Tatlıları da bu bıkkınlıktan kurtulmak için hafif sütlü tatlıları tercih ediyorlar” şeklinde turistlerin tüketimini gerçekleştirdikleri, içeriği ağır olan yemeklerin kendilerine verdiği rahatsızlık etkisini azaltmak adına tatlı olarak sütlü tatlı çeşitlerini tercih ettiklerini aktarmaktadır.

Turistlerin Türk tatlıları ile ilgili pastane şefleri ile paylaştıkları olumlu görüşler ile ilgili genel ifadeler şu şekildedir;

Şef4, “... Özellikle baklava ve türevleri ve sütlü tatlılar ile ilgili çok fazla olumlu geri dönüt alıyoruz...”

Şef15, “... 'Turistler genellikle Türk tatlılarını beğenerek tüketiyorlar... ”

Şef7, “... Turistler Türk tatlılarından bazılarını özellikle baklava, sütlaç vd. sütlü tatlıları çok seviyorlar...” şeklinde turistlerin Türk tatlılarından yalnızca belli başlı olanlarını beğendikleri aktarmaktadırlar. **Şef4** ve **Şef7**'nin turistlerden geri dönüt aldıkları bu yoruma karşın **Şef6**, “... Turistlerin damak tatlılarına alışık olmadıkları sütlü, şerbetli ve meyve tatlılarımızı beğenmesi ve içerikleri hakkında bizden bilgi alması...”, **Şef13** “... Biz misafirlerimizin genel olarak beğenilerini ve teşekkürlerini duyuyoruz. İçeriği ve nasıl yapıldığı bilgisini isteniyor...” şeklinde turistlerin genel olarak Türk tatlılarını beğendikleri ile ilgili geri bildirim aldıklarını bunun yanı sıra bu tatlıların içerikleri hakkında bilgi almak istediklerini ifade etmektedir.

Pastane şeflerinin Türk tatlıları ile ilgili turistler tarafından kendilerine aktarılan bir diğer ifade ise tatlıların içeriğinde bulunan kuruyemişlerin verdiği aromadan dolayı beğenilmesidir. Bu husus ile ilgili;

Şef18, “... Genelde fıstık aromalarını baklava ve kadayıftaki aroma beğeniliyor. Şöyle söyleyebilirim kuruyemişlerin verdiği aromaya bayılıyorlar...”

Şef19, “... Tatlılarda kullanılan kuruyemişlerin yoğun olduğu tatlıları beğeniyorlar tabii ki şerbeti dengeliyse...”

Şef20, “... Biz her şey dâhil konsepte hizmet verdiğimiz için ücretsiz bir şekilde tatlıları turistlere sunabiliyoruz. Ama turistlerin otelden ayrılmadan önce taleplerine yönelik baklava, lokum vb. ürünleri ücretli olarak satabiliyoruz. Özellikle kendi karşılaştıklarım fıstık türevi içeren şerbetli tatlıları içerisindeki ürünün aromasından dolayı tercih ettiklerini ve bu lezzeti yakalayabilen farklı bir ürünle karşılaşmadıklarını belirtiyorlar...” şeklinde turistlerin, muhteviyatında kuruyemişlerin bulunduğu tatlıların şerbeti dengeli olarak ilave edilmişse beğenildiğini aktarmaktadır.

Türk tatlılarının özellikleri ile ilgili turistlerin pastane şeflerine aktardığı olumlu görüşlerin yanı sıra olumsuz yorumlara rastlanılmıştır. Turistlerin Türk tatlılarına yönelik olumsuz görüşlerine yönelik ilk olarak şerbetli hamur tatlıları ile ilgili birtakım ifadeler tespit edilmiştir. Bu ifadeler aşağıda belirtildiği şekildedir;

Şef1, “... Özellikle şerbetli tatlıları daha fazla yemek istemesine rağmen tıkaması yiyememesi...” şeklinde turistlerin belirtilen kategoride yer alan tatlı ürünlerini tüketim davranışında bulduklarını ancak şerbetin verdiği doygunluktan dolayı tüketimini gerçekleştiremediklerini belirtmektedir.

Şef3, “... Şerbetli tatlıların ağır ve kalorili olduğu için tercih etmediklerini söylüyorlar...” şeklinde turistlerin şerbetli tatlıların besin değerlerinin yüksek olduğu kaygısı ile tüketmediklerini belirtmektedir.

Şef16, “... 'Baklava gibi kadayıf gibi tatlılar şekeri fazla olduğu için olumsuz dönüşler alabiliyoruz. Hatta bir ara diyet baklava yapım kararı bile aldık...”

Şef17, “... Baklava, lokma, revani şerbetli olduğu için pastane bölümünde zaman zaman bu konularda olumsuz görüşler alıyoruz...”

Şef19, “... Şerbet oranı biraz fazla olabiliyor buna istinaden beğenilmediği durumlar olabiliyor...”

Şef16 ve **Şef17** ve **Şef19** turistlerin genel anlamda şerbetli tatlıların şeker içeriğinin yüksek olmasından dolayı olumsuz görüşlerini bildirdiklerini ifade etmektedir.

Turistlerin şerbetli hamur tatlıları ile ilgili yorumlarından bir diğeri ise pişirme yöntemlerinden kaynaklı olarak yanık ve sert bir yapıya sahip olmasıdır. Bu hususla ilgili **Şef19**, “... Bazı durumlarda özellikle yağda kızartılan veya fırında pişirilen tatlılar için yanık ve sert olduğu ile ilgili yorumlar yapıyor...” şeklinde turistlerin yorumlarını aktarmaktadır.

Şerbetli hamur tatlıları turistlerin pastane şeflerine aktardığı bir diğeri olumsuz ifade ise **Şef4** tarafından “... Hamur tatlılarının (şekerpare vb.) görünüş ve tat özellikleri açısından beğenmediklerini ifade ediyorlar ...” şeklinde sunum ve lezzet özellikleri ile ilgili olumsuz yorumlardır.

Turistlerin Türk tatlılarına yönelik pastane şeflerine aktardığı bazı genel ifadeler yer almaktadır. Bu ifadelere örnek olarak;

Şef5 “... En olumsuz görüş ürünlerin fazla tatlı tatta olması yönünde gerçekleşmekte...”

Şef10 “... Şekerli olmasından dolayı çok şikâyet aldım ...”

Şef18 “... “Söylediğim gibi şeker oranından dolayı kötü eleştiri alabiliyoruz bazen ama bunlarda olabilir tabi ki...”

Şef5, **Şef10** ve **Şef18** turistlerin Türk tatlıları ile ilgili şeker oranı açısından olumsuz geri dönüşleri alabildiklerini belirtmektedirler. Şeker oranı ile ilgili turistlerin bildirdikleri farklı bir ifade ise sağlık problemlerinden dolayı tercih edilmediğidir. Bu husus ile ilgili **Şef14**, “... Reçetesi yoğun özellikle şekeri yoğun ürünün alerjenleri fazla oluyor bununla ilgili olumsuz dönüş aldık...” şeklinde turistlerin yorumlarını aktarmaktadır.

Turistlerin pastane şeflerine aktardıkları Türk tatlıları ile ilgili genel olarak belirtilen olumsuz ifadeler içerisinde yer alan diğeri ifadeler ise şu şekildedir;

Şef9 “... Genelde dış görünüşleri sıradan geliyor. Süsleme ve dekor eksikliğinden dolayı...”

Şef10 “... Görsellik anlamında dikkat çekici olmadığı ile ilgili yorumlar alabiliyoruz...”

Şef12 “... ” *Görünüş, sunumuna özensiz gibi yorumlar aldığım oluyor...*”

Şef9, **Şef10** ve **Şef12** turistlerin Türk tatlıları ile ilgili “prezentasyon” açısından olumsuz görüş belirttiklerini aktarmaktadırlar.

Turistlerin Türk tatlılarının olumlu ve olumsuz özellikleri ile ilgili pastane şefleri ile paylaştığı görüşler ile ilgili genel anlamda olumlu ve olumsuz ifadeler tespit edilmiştir. Turistlerin Türk tatlıları ile ilgili olumlu görüşleri genellikle sütlü tatlıları hafif bir özelliğe sahip olduklarından dolayı tercih ettikleri yönündedir. Olumsuz görüşler içerisinde ise şerbetli hamur tatlılarının şeker oranı ve prezentasyon açısından tüketme eğiliminde bulunmadıkları şeklinde ifade edilmesidir. Olumsuz özellikler ile ilgili sıklıkla belirtilen görüşler haricinde farklı hususlar aktarılmıştır. **Şef8**, Türk tatlılarının tüketim eğiliminin milliyetlere göre değiştiğini şu şekilde ifade etmektedir; *Turistlerin ülkelerine göre Türk tatlılarının beğenileri değişebiliyor mesela Ruslar ve Araplar Türk tatlılarını çok beğeniyor kokusu, lezzeti olsun beğeniliyor. “Avrupa ve uzak doğu ülkelerinden gelenler Türk tatlılarını çok şekerli olduğundan dolayı tercih etmiyorlar...”*

Olumsuz özellikler kapsamında turistler tarafından pastane şeflerine belirtilen bir diğer yorum ise turistlerin kendi damak zevklerine yakın hissetmedikleri için olumsuz değerlendirmelerde bulunmalarındır. **Şef7** bu hususu “... *Olumsuz olarak kendi ülkelerinin tatlarına yakınlığı yakalayamaması nedeni ile Türkiye’ye geldikleri zaman kendilerine yakın lezzetleri arıyorlar...*” şeklinde belirtmektedir.

Şef12 ise olumsuz değerlendirmelerin personel niteliklerinden kaynaklandığını şu şekilde belirtmektedir; “... *birde şekerli olmasından bazen usta değiştirdiğimizde oluyor bu genelde baygınlık verdiği belirtiyorlar...*”

Yapılan açıklamalar doğrultusunda turistlerin Türk tatlılarına yönelik şeker oranı ve prezentasyon ile ilgili olumsuz görüşlerine ek olarak damak zevklerine hitap edilmemesi ve personel niteliklerinin dâhil edilmesi mümkündür.

3.2.1.6. Pastane Şeflerinin Türk Tatlılarının Füzyon Mutfak Uygulamaları Kapsamında Geliştirilmesine Yönelik Görüşleri

Türk tatlılarının füzyon mutfak uygulamaları kapsamında geliştirilmesine yönelik pastane şeflerine üç soru yöneltilmiştir. Bunlardan ilki “füzyon mutfak kavramına ilişkin görüşleriniz nelerdir?” sorusudur. Çalışmanın amacı doğrultusunda

geliştirilecek olan ürün veya ürünlerin füzyon mutfak uygulamaları kapsamında gerçekleştirilmesi sebebiyle bu uygulama hakkındaki bilgi düzeyleri önem arz etmektedir. İkinci olarak pastane şeflerinin Türk tatlılarının füzyon mutfak uygulamaları kapsamında ürün geliştirme çalışması yapılmasına yönelik fikirleri alınacağından, herhangi bir deneyime sahip olup olmadıkları ve bu uygulama doğrultusunda geliştirilen ürünlere turistlerin geri dönütlerinin ne şekilde olduğuna yönelik “füzyon mutfak uygulamasını daha önce Türk mutfağı veya yabancı mutfaklara ait herhangi bir tatlı üzerinde denediniz mi?” Eğer denediyseniz turistlerin bu ürüne ilişkin görüşleri hakkında bilgi verir misiniz? sorusu yöneltilmiştir. Son olarak pastane şefleri füzyon mutfak uygulamaları kapsamında herhangi bir tatlı üretmişse “Türk mutfağına özgü tatlıları hangi ülkelere ait yiyecek ürünleri veya yiyecek hazırlama teknikleri ile birleştirip yeni bir ürün reçetesi geliştirmeyi düşünüyorsunuz?” sorusu yöneltilmiş bu doğrultuda nasıl bir ürün geliştirileceğine karar verilmiştir.

Pastane şeflerinin füzyon mutfak kavramına ilişkin düşünceleri kapsamında belirttikleri kelimeler frekans değerleri göz önünde bulundurularak kelime bulutu görseli oluşturulmuştur ve Şekil 2’de gösterilmiştir. Kelime bulutu modeli metinlerde sık tekrarlanan kelimelerin şekilsel olarak belirginleşmesine ve görsel olarak sunulabilmesine imkan tanımaktadır (Williams vd., 2013). Kelime bulutu, araştırma konusu kapsamında ön plana çıkan sözcüklerin ve ifadelerin sanatsal ve sosyal açıdan aktarılması açısından başarılı bir modeldir (Ustaoglu, 2019).



Şekil 1. Pastane Şeflerinin Füzyon Mutfak Kavramı ile İlgili Görüşlerine Yönelik Kelime Bulutu

Şekil 2’de verilen kelime bulutu görselinde en fazla tekrar eden kelimeler büyük puntolarla gösterilmektedir. Şekilde gösterilen kelime bulutunda füzyon mutfak kavramı ile ilgili ön plana çıkan kelimelerin mutfak (28), farklı (19), birleştirmek (15), yemek (11), yeni (10), yiyecek (9), teknik (8), lezzet (7), kültür (6), tek tabak (6), olduğu söylenilebilir. Bu kelimeler haricinde oluşturmak (5), sentezlemek (4), dünya (4), uluslararası (4), yenilikçilik (3), sunum (3), tanıtım (3), geleneksel (2), yabancı (2), kapsamlı (2), uyum (2), yaratıcılık (2), yabancı (2), samimiyet (1) ifade edilen diğer kelimeler arasındadır. Füzyon mutfağının farklı ulusların mutfak kültürlerinin birleşimi (Kılıçhan, 2016:71) olarak tanımlanmasından hareketle belirtilen görüşlerin füzyon mutfak kavramı ile ilişkili olduğu söylenilebilir. Araştırmada ölçüt örnekleme metodu esas alınarak ölçüt olarak füzyon mutfak uygulamaları kapsamında daha önceden bir ürün denemesi yapmış olması kriteri esas alındığı düşünüldüğünde ortaya güvenilir bilgilerin konulduğu söylenilebilir.

Pastane şeflerinin füzyon mutfak kavramı ile ilgili görüşleri alındıktan sonra ’füzyon mutfak uygulamasını daha önce Türk mutfağı veya yabancı mutfaklara ait herhangi bir tatlı üzerinde denediniz mi? sorusu yöneltilmiştir. Elde edilen bilgiler sınıflandırılmıştır ve tablo 12’de gösterilmiştir.

Tablo 12. Pastane Şeflerinin Türk Mutfağına Ait Tatlı veya Yiyecek Ürünü ile İlgili Füzyon Mutfağı Kapsamında Denedikleri Ürünler

Katılımcı	Geliştirilen Türk Tatlısı veya Yiyecek Ürünü	Türk Tatlısı ile Birleştirilen Yabancı Mutfağına Ait Tatlı, Yiyecek Ürünü veya Teknik	Yabancı Tatlının, Yiyecek Ürününün veya Tekniğin Ait Olduğu Ülke
Şef1	Sütlaç	Krem Karamel/Karamelize Tekniği	Fransa
Şef2	Su Muhallebisi	Alman Pastası(Berliner)	Almanya
Şef3	Yoğurt Tatlısı	Fransız Mousse	Fransa
Şef4	Baklava	Fransız Merengi	Fransa
Şef5	Kabak Tatlısı	Matcha Çaylı Krema ve Kaymaklı Gelato	Japonya
Şef6	Antep Fıstığı	Fransız Merengi	Fransa
Şef7	Kazandibi	Chia Tohumu	Meksika
Şef8	Trabzon Hurması	Soğuk Çizkek(Cheesecake)	İtalya
Şef9	Tel Kadayıf	Panakotta(Pannacotta)	İtalya
Şef10	Antep Fıstığı	Tiramisu	İtalya

Şef11	Su Muhallebisi	Biskoti(Biscotti)	İtalya
Şef12	Yoğurt Tatlısı	Klasik Pastacı Kreması, Tart	Fransa
Şef13	-	-	-
Şef14	Şekerpare	Beyaz Çikolatalı Ganaj	Fransa
Şef15	Lokma	Mole Poplano	Meksika
Şef16	Isparta Gül Reçeli	Tiramisu	İtalya
Şef17	Revani	Fransız Muss(Mousse), Garam Masala	Fransa, Hindistan
Şef18	Sütlaç	Matcha Çayı	Japonya
Şef19	Kabak Tatlısı	Klasik Pastacı Kreması	Fransa
Şef20	Yoğurt Tatlısı	Limon Sorbe (Sorbet)	İtalya
Şef21	Tulumba Tatlısı	Soğuk Çizkek	İtalya

Tablo 12’de pastane şeflerinin Türk mutfağına ait tatlı veya yiyecek ürünü ile ilgili füzyon mutfağı kapsamında denedikleri ürünlere yer verilmiştir. Elde edilen bilgiler sonucunda tatlılar haricinde tatlılar içerisinde kullanılan yiyecek ürünlerine ait bilgilere ulaşıldığından sınıflandırmaya dâhil edilmiştir. Buna ek olarak pastane şeflerinin Türk tatlılarından hangilerini yabancı mutfaklara ait tatlı, yiyecek ürünü ve teknik ile hazırlandığına dair bilgilere yer verilip bahsedilen hususların hangi ülkelere ait olduğu belirtilmiştir.

Tablo 12 incelendiğinde pastane şefleri tarafından füzyon mutfak kapsamında en fazla denenmiş ürün grubunun genel anlamda şerbetli hamur tatlıları olduğu görülmektedir. Bunu takiben Türk mutfağına ait sütlü tatlılar ve meyve tatlıları denenmiştir. Türk tatlısı ile birleştirilen yabancı mutfağa ait tatlı, yiyecek ürünü veya tekniğin ise Fransa (8) ve İtalya’ya(7) ait olduğu görülmektedir. Bu ülkeler haricinde Meksika (2), Japonya(2), Almanya(1) ve Hindistan(1)’ ait tatlı, yiyecek ürünü veya teknik ile Türk mutfağına ait tatlı veya yiyecek ürünlerini birleştirdiklerini ifade etmektedirler.

Pastane şeflerinin füzyon mutfak uygulamaları kapsamında Türk tatlıları ile denedikleri ürünlere yönelik turistlere kendilerine aktardıkları görüşleri sorulmuştur. Pastane şeflerinin aktarımları şu şekildedir;

Şef1 krem karamel tatlısında kullanılan karamelize tekniğini sütlaç üzerinde denediğini belirtmiştir ve “... Turistlerden bu tatlı için olumlu yönde dönüşler almıştık...” şeklinde turistlerin bu ürün ile ilgili memnuniyetlerini aktarmaktadır.

Şef2 sakızlı muhallebiyi Berliner tatlısı ile sentezlediğini belirttiği tatlı ürününde “... Gerçekten tatlının tadını hafiflettiği için sevilen bir üründü...” şeklinde turistlerin geri dönütlerini aktarmaktadır.

Şef3 Fransız muss(mousse) tatlısını krema kıvamına getirerek yoğurt tatlısının üzerine sıkıldığını belirtmiştir ve “... Turistlerden hafif olduğu için tekrardan tüketmek isteyenler oldu...” şeklinde turistlerin görüşlerini belirtmektedir.

Şef5 “... Matcha çaylı krema ve kaymaklı gelato ile sunduğum tatlıyı özellikle farklı kültürlerden esinlenen bu sunumu genel anlamda misafirler hoş karşıladı ve şerbetli bir tatlı olmasına rağmen ferah ve serinletici bulduklarını ifade etmişlerdi...”

Şef6 “... Antep fıstığı zaten sevilen bir yiyecek ürünü bu ürün ağır kokulu bir yiyecek ürünü ile karıştırıldığı zaman bu üründeki kötü özellikleri bertaraf etmişti. O yüzden turistler tarafından farklı bir yorum getirildiği için genel olarak sevildiğini söyleyebilirim...”

Şef7 “... Kazandibi geleneksel olarak sevilen bir tatlı ama Chia tohumunu ilave ettim zaman ürüne farklı lezzet ve görünüm verdiğini ifade edip beğendiklerini söylediler...”

Şef8 kabak tatlısı ve soğuk Çizkek ile bir ürün denediğini “... O renkli görüntü ve lezzeti sayesinde turistler tatlıdan memnun kalmışlardı...”

Şef9 “... Oldukça beğenildi tabi Merak ve şaşkınlıkta vardı...”

Şef10 “... Gerçekten beğenildi hatta daha sonra menüye ekledik bu tatlıyı...”

Şef11 “... Benim bu tatlıda yapmak istediği genel olarak kuru bir tatlıyı kremalı bir şekilde sunmak olmuştu. Sakızlı muhallebinin içeriği ve damla sakızı aroması sayesinde tatlının yerken daha yumuşak olduğu ve çikolata kremaları yerine muhallebinin kullanılmasından dolayı bu tür tatlıları sıradanlaştığından kurtardığına dair yorumlar ile karşılaştım...”

Şef16 “... Turistlere şeflerin eleştirmesine istinaden görüşlerini sordum alışılmışın dışına çıkmış bir ürün olduğunu söylediler ama olumluydu görüşleri genel olarak beğenildi...”

Şef17 “... Otantik bir tada sahip olduğu hakkında olumlu yorumlar almıştım...”

Şef19 “... Kabak tatlısı zaten turistler tarafından sık tüketilen bir tatlı. Pastacı kremasını yalnızca yaş pastalara eklemiyoruz. Ara ürün olarak her şekilde istediğimiz kıvama getirip kullanabiliyoruz. Bu krema zaten her tipteki turist tarafından beğeniliyor. Kabak tatlısının

daha çok zenginleştiğine ve lezzetini arttırdığına yönelik dönüşler aldım... “şeklinde füzyon mutfak kapsamında üretilen tatlılar ile ilgili turistlerin pastane şeflerine aktardıkları olumlu ifadelerin yanı sıra yalnızca Şef4 tarafından “... Zaman zaman olumlu dönüt verirken bazen de baklava gibi ürünler ile yeni bir deneme yaptığımız zaman orijinalliği konusunda olumsuz dönüşlere yol açabiliyor. Bazı ürünlerin orijinalliğinin bozulmaması kanaatindedir...” şeklinde baklava gibi kimlik bulmuş tatlılar üzerinde denendiği zaman turistler tarafından özgünlüğünü yitirdiğine dair turistlerin olumsuz görüşleri aktarılmıştır. Şef13 ise “...Evet denedim birden çok şey denedim ama ürettiğim fikirler doğrultusunda istediğim kaliteyi yakalayamadım ...” şeklinde füzyon mutfak kapsamında ürün denediğini ancak istenilen nitelikte bir ürün ortaya koyamadığını ifade etmektedir.

Pastane şeflerinin aktarımları esas alınarak füzyon mutfak kapsamında denenmiş ürünlerin genel anlamda turistler tarafından beğenildiği söylenilebilir.

Görüşmelerin gerçekleştirildiği pastane şeflerinin tamamı füzyon mutfak uygulamaları kapsamında tatlı üretimi gerçekleştirmiştir. Bu doğrultuda füzyon mutfak uygulamaları kapsamında bir tatlı üretimi deneyimine sahip oldukları düşünülmüş, “Türk mutfağına özgü tatlıları hangi ülkelere ait yiyecek ürünleri veya yiyecek hazırlama teknikleri ile birleştirip yeni bir ürün reçetesi geliştirmeyi düşünürsünüz?” sorusu yöneltilmiştir ve elde edilen sonuçlar Tablo 13’de gösterilmiştir.

Tablo 13. Pastane Şeflerinin Türk Tatlılarının Füzyon Mutfak Kapsamında Geliştirilmesine Yönelik Görüşleri

Katılımcılar	Geliştirilmesi Düşünülen Türk Tatlısı/Tatlıları	Türk Tatlısı ile Birleştirilmek İstenilen Yabancı Mutfağa Ait Tatlı, Yiyecek Ürünü veya Teknik	Yabancı Tatlının, Yiyecek Ürününün veya Tekniğin Ait Olduğu Ülke
Şef1	Tulumba Tatlısı	Klasik Pastacı Kreması	Fransa
Şef2	Tel Kadayıf	Mousse	Fransa
Şef3	Tel Kadayıf	Mousse	Fransa
Şef4	Tulumba Tatlısı	Maskarpon(Mascarpone) Peyniri	İtalya
Şef5	-	-	Peru
Şef6	Baklava	Meyveli Turta	Fransa
Şef7	Kabak Tatlısı	Makaron	Fransa
Şef8	Tulumba Tatlısı, Halka Tatlı	Maskarpon(Mascarpone) Peyniri	İtalya
Şef9	Sütlaç	Yeşil Çay	Japonya

Şef10	Tel Kadayıf	Panakotta (Panagotta), Tiramisu	İtalya
Şef11	Baklava, Tulumba Tatlısı, Hanımğöbeği	Sicilyan Çizkek	İtalya
Şef12	Ayva Tatlısı, Armut Tatlısı, Kabak Tatlısı	Mousse	Fransa
Şef13	Tel Kadayıf	Tiramisu	İtalya
Şef14	Maraş Dondurması	Tiramisu	İtalya
Şef15	İrmik Helvası	Mousse	Fransa
Şef16	Tel Kadayıf	Klasik Pastacı Kreması, Kedi Dili Sosu	Fransa, İtalya
Şef17	Tel Kadayıf, Lokma, Dilberdudağı	Garam Masala, Mousse	Hindistan, Fransa
Şef18	Antepfıstığı Ezmesi	Pavlova	Avusturalya, Yeni Zelanda
Şef19	Tulumba Tatlısı	Çikolata Ganaj	Fransa
Şef20	Tel Kadayıf	Mousse	Fransa
Şef21	Halka Tatlı, Lokma, Tulumba Tatlısı,	Maskarpon (Mascarpone) Peyniri	İtalya

Tablo 13 incelendiğinde pastane şeflerinin herhangi bir Türk tatlısının yabancı mutfaklara ait tatlı, yiyecek ürünü ve teknik ile geliştirilmesini öngördükleri bilgilere yer verilmiştir. Pastane şeflerinin bazıları birden fazla öneride bulunmuştur. Geliştirilmesi düşünülen Türk tatlılarının genellikle şerbetli hamur tatlıları olduğu görülmektedir. Bu tatlılar içerisinde geliştirilmesi en fazla tavsiye edilen ürünler tel kadayıf (7) ve tulumba tatlısı (6)'dır. Diğer tatlılar ise baklava (2), halka tatlı (2), lokma (2), kabak tatlısı (2), armut tatlısı (1), ayva tatlısı (1), antepfıstığı ezmesi (1), dilberdudağı (1), Maraş dondurması (1), hanımğöbeği (1), sütlaç (1) ve irmik helvası (1)'dir. Yabancı mutfak kültürlerine ait tatlı, yiyecek ürünü ve teknik kapsamında ise genel anlamda en fazla tavsiye edilen ülkelerin Fransa (11) ve İtalya (8) olduğu görülmektedir. Bahsedilen ülkeler dışında Avustralya (1), Hindistan (1), Japonya (1), Peru (1) ve Yeni Zelanda (1) yer almaktadır.

Türk mutfağına ait tatlı veya tatlıların yabancı mutfak kültürlerine ait tatlılar ile birleştirilmesine yönelik önerilerden genel olarak bahsedilecek olursa; Fransız

mutfağında mousse (6), klasik pastacı kreması (2) makaron (1) ve meyveli turta (1) yer almaktadır. İtalyan mutfağında Tiramisu (3), Maskarpon(Mascarpone) peyniri (3), kedidili sosu (1), panakotta (1) ve Sicilyan Çizkek (1) ile ürün geliştirilmesi tavsiye edilmektedir. Avustralya ve Yeni Zelanda mutfağında Pavlova (1), Hint mutfağına ait garam masala (1), Japonya yeşil çay (1), Peru mutfağında ise herhangi bir tatlı belirtilmemiştir ve bu mutfağı tavsiye eden Şef5 “... Örneğin Peru mutfağına ilişkin bir akşam yemeği organizasyonu hazırlandığında özellikle asidik ve acı tatlarla, Türk tatlılarını sentezleyebilmek isterdim...” şeklinde görüşlerini belirtmektedir.

3.2.2. Füzyon Mutfak Uygulamaları Kapsamında Ürün Geliştirme Çalışması

Pastane şefleri ile gerçekleştirilen görüşmeler doğrultusunda Türk tatlılarından Tel kadayıf (7) ve Tulumba tatlısının (6) geliştirilmesine karar verilmiştir. Pastane şefleri bahsedilen Türk tatlılarının hangi yabancı mutfağına ait tatlı, yiyecek ürünü ve teknik ile birleştirilmesi konusunda düşüncülerini belirtmişlerdir. Tulumba tatlısının en fazla Maskarpon(Mascarpone) peyniri(3), Tel kadayıfın ise Fransız mousse tatlısı ile geliştirilmesi(4) tavsiye edilmiştir. Türk tatlılarının bahsedilen ülkelere ait yiyecek ürünlerinin dışında Tulumba tatlısının klasik pastacı kreması, çikolata ganaj(1) ve Sicilyan Çizkek(1) ile birleştirilmesi, Tel kadayıfının ise Tiramisu, klasik pastacı kreması-kedidili sosu(1) ile geliştirilmesine yönelik tavsiyelerde bulunulmuştur. Geliştirilecek olan ürünlere karar verilmeden önce araştırmacı tarafından 05.04.2021 tarihinde ön test uygulamaları yapılmıştır ve yapılan tatlılar iki uzman panelist tarafından değerlendirilmiştir. Ön test uygulamaları gerçekleştirilen tatlıların pastane şefleri tarafından Türk tatlıları ile ilgili belirtilen ve füzyon mutfağın niteliğine uygun olmayan bazı olumsuz özellikleri tespit edilmiştir.

Tulumba tatlısı, klasik pastacı kreması ve çikolata ganajı ile ayrı ayrı hazırlanmıştır ve iki panelist tarafından şeker oranının yüksek olduğu ifade edilmiştir. Bu olumsuz özellik dikkate alınarak bahsedilen tatlılar ürün geliştirme çalışmasına dâhil edilmemiştir. Tulumba tatlısının Sicilyan çizkek(cheescake) ile birleştirildiği uygulamada Tulumba tatlısının İtalyan mutfağına ait olan tatlıya baskın geldiği belirlenmiştir. Tel kadayıf ve Tiramisu tatlısı ile geliştirilen tatlı içinde bu durum tam tersi şekilde gerçekleşmiştir. Tiramisu tatlısı lezzet açısından Tel kadayıfına üstün gelmiştir. Bu doğrultuda Tulumba tatlısı ve Sicilyan çizkek(cheescake), Tel kadayıf

ve Tiramisu ile yeni bir ürün geliştirilmemiştir çünkü füzyon mutfağı kapsamında bir yiyecek hazırlanırken bir milletin kültürü diğerinden üstün olmayacak şekilde yapılmalıdır (Keegan, 2017). Tel kadayıf ve klasik pastacı kreması-kedidili sosu ile gerçekleştirilen ürün denemesinde ise kadayıfın geleneksel yöntemler ile hazırlandıktan sonra şerbet yerine kedili sosu ilave edilmiştir ve üzerine krema aparatları ile pastacı kreması sıkılmıştır. Kedidili sosunun içerisinde bulunan kahve likörünün tatlı üzerinde tat ve koku olarak baskın geldiği ve bu sosun geleneksel Tel kadayıfında kullanılan şerbete göre daha ince bir özelliğe sahip olmasından dolayı servis edilirken sosun tatlı içerisinde bütünleşmediği gözlemlenmiştir. Sonuç olarak görünüş, koku ve lezzet, açısından olumsuz özellikler tespit edilmiştir.

Bu kapsamda ilk olarak Türk-İtalyan mutfakları sentezlenerek “Maskarpon Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısı” geliştirilmiş, bu tatlının ön test uygulamalarında 2 kg şeker ve 1 su ile tulumba tatlısının şerbeti hazırlanmış ve şeker oranının yüksek olduğu anlaşılmıştır. Bu nedenle tatlının şeker oranı 100 gr olacak şekilde kademeli olarak azaltılmış ve 1600 gr şeker ile şerbet hazırlanmasına karar verilmiştir. Buna ek olarak Türk tatlılarının sunumunun yetersiz olduğu ile ilgili birçok ifade ile karşılaşıldığından tatlının prezentasyonu ile ilgili uygulamalarda bulunulmuştur. Maskarpon Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısının prezentasyonunda renk dengesi gözetilerek altı renk kullanılmıştır. Hobday ve Denbury (2010) ‘e göre tabakta minimum iki veya üç renkten oluşan bir uyum prezentasyonda olumlu etki yaratacaktır. Bahsedilen tatlının standart reçetesi tablo 14’de verilmiştir. Pastane şeflerinden elde edilen bulgular ve ön test değerlendirmeleri haricinde araştırmacının pastacılık mesleği ile ilgili deneyime sahip olması doğru ürünlerin seçimine karar verilmesine imkân tanımaktadır.

Tablo 14. Maskarpone Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısının Standart Reçetesi



Kaynak: 07.04.2021 tarihinde yazar tarafından çekilmiştir.

Reçete Adı: Maskarpon Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısı **Standart Reçete No:** 1
Miktar: 10 Porsiyon **Porsiyon Büyüklüğü:** 280 gr

Malzemeler	Miktar
Tulumba Tatlısı Hamuru İçin;	
Su	700 ml
Ayçiçek Yağı	80 ml
Un	800 gr
Yumurta Sarısı	136 gr
Yumurta Akı	320 gr
Kızartma İşlemi İçin;	
Ayçiçek Yağı	1200 ml
Tulumba Tatlısı Şerbeti İçin;	
Su	1000 lt
Şeker	1600 gr
Limon	110 gr
Maskarpon Peyniri Kreması İçin;	
Maskarpon Peyniri	600 gr
Tam Yağlı İnek Sütü	
Pudra Şekeri	

	240 ml 125 gr
Ön Hazırlık Süresi: 130 Dakika	Piştirme Süresi: 25 Dakika
<p>Tulumba Tatlısının Yapılışı:</p> <ul style="list-style-type: none"> • İlk etapta tulumba tatlısının şerbeti için ön hazırlık yapılır. Su ve şeker helvane tencerenin içerisine alınır. Tencerede suyun dibine çöken şeker çırpma teli yardımıyla karıştırılıp şekerin erimesi sağlanır. Sonraki aşamada şerbet kaynama noktasına geldiğinde tencerenin içerisine şerbetin şekerlenmemesi için suyu sıkılarak kabuğuyla birlikte limon ilave edilir. Şerbet içerisine limon ilavesi yapıldıktan sonra 15 dakika süre ile kaynatılıp bu işlem sonlandırılır. Daha sonra 70 dakika süre ile soğumaya bırakılır. • İkinci aşamada tulumba tatlısının hamuru hazırlanır. Su, tencerenin içerisine alınarak kaynatılır. Kaynama başladıktan sonra 90 saniye içerisinde un suya ilave edilir. Un tencerenin tabanı yapışmaya başladığında sıvı yağ ilave edilir. Un orta ateşte 7,5 dakika sürekli karıştırılarak pişirilir ve ısı kaynağından(ocaktan) alınır. Pişirilen hamur 45-50°C kadar açılarak soğutulur. • Üçüncü aşamada derin bir kızartma tavasının içerisine yağ ilave edilir. Dinlendirilen hamur soğuk yağın içerisine aparat yardımıyla sıkılır. Tencere ısı kaynağına (ocağa) alınarak 155' C de 10 dakika süreyle pişirilir. • Son aşamada ise önceden hazırlanıp dinlendirilmiş şerbete kızartılan tulumba tatlısı hamurları alınıp hava almayacak şekilde 2 dakika süre ile kevgir yardımıyla şerbete batırılır ve bekletilir. Daha sonra tulumba tatlısı şerbetin içinden çıkarılır. Tulumba tatlısının şerbeti süzülüp bir tepsinin içerisine alınır ve tulumba tatlısının hazırlık süreci tamamlanır. <p>Maskarpon Peyniri Kremasının Hazırlanışı</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maskarpon peyniri çırpma tenceresinin içerisine alınarak çırpılır. İçerisine pastörize edilmiş süt, daha sonra pudra şekeri ilave edilerek katı bir kıvamda krema elde edilir. <p>Maskarpon Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısının Hazırlanışı:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Öncelikle tulumba tatlısının tabanında küçük olması suretiyle delikler açılır. Hazırlanan maskarpon kreması ince bir krema sıkma aparatı yerleştirilmiş krema sıkma torbası içerisine alınır ve tulumba tatlısına deliklerin açıldığı yerden dolgu yapılır. 	

Tablo 14’de Maskarpon Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısının standart reçetesine yer verilmiştir. Füzyon mutfak uygulamaları kapsamında maskarpon peyniri kreması ile sentezlenen tulumba tatlısının hamuru Doğan ve Yurt (2002)’un yapmış oldukları çalışmada uygulanan reçete esas alınarak hazırlanmıştır. Tulumba tatlısının hamur formülasyonu için belirtilen markalar da baklavalık un (Ova Un[®], Konya), ayçiçek

yağı (Orkide[®], İzmir), içilebilir nitelikte su (hem hamur hem de şerbet için), yumurta (Keskinöğlü[®], Manisa), şerbeti için; su ve şeker (Torku[®], Konya) kullanılmıştır.

Maskarpone peyniri kremasının standart reçetesi ise araştırmacı tarafından oluşturulmuştur. Kremanın standart reçetesinde maskarpon peyniri (Alberto di Centa[®], İstanbul), tam yağlı inek sütü (Yörükoğlu[®], Antalya), pudra şekeri (Bağdat[®], Konya) kullanılmıştır.

Maskarpon Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısının standart reçetesi belirlendikten sonra her porsiyon için maliyet hesaplaması yapılmıştır. Porsiyon maliyeti, standart reçeteye göre hazırlanmış tek bir menü kaleminin standart maliyetidir. Standart porsiyon maliyeti, standart reçetede yer alan malzeme maliyeti genel toplamının porsiyon sayısına bölünmesiyle bulunur. İlgili ürünün standart porsiyon maliyeti tablo 15’ de gösterilmiştir.

Tablo 15. Maskarpon Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısının Standart Porsiyon Maliyetinin Menü Ögesi Malzeme Maliyetine Göre Belirlenmesi

Menü Ögesinin Adı: Maskarpon Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısı				
Porsiyon Sayısı: 10				
Malzeme	Kullanılan Miktar	Satın Alma Birimi	Birim Maliyet	
Toplam				
Su	1700 lt	1 (lt)	4 TL	6,8 TL
Tam Yağlı İnek Sütü	240 ml	1 (lt)	6,95 TL	1,66 TL
Ayçiçek Yağı	1280 ml	1 (lt)	23 TL	29,44 TL
Yumurta	11 adet	30 (adet)	28,95 TL	11,39 TL
Pudra Şekeri	125 gr	250 (gr)	8,99 TL	1,12 TL
Toz Şeker	1600 gr	1 (kg)	5,62 TL	8,99 TL
Un	800 gr	1 (kg)	6,45 TL	5,16 TL
Maskarpon Peyniri	600 gr	350 (gr)	33,9 TL	58,11 TL
Limon	110 gr	1 (kg)	5,9 TL	0,65 TL
			Genel Toplam	123,32 TL
			Standart Porsiyon Maliyeti=	12,3 TL
			(123/10)	

Tablo 15’de gösterilen Maskarpon Peyniri Kremalı Muss (Mousse) tatlısının standart reçete maliyeti 123,32 TL’dir. Bu reçeteye göre 10 porsiyon ürün elde edilmektedir.

Yukarıda verilen tabloya göre tatlının 1 porsiyonunun maliyeti 12,3 TL'dir. Geleneksel tulumba tatlısının geliştirilmeden önceki standart reçete maliyeti 62,43 TL, porsiyon maliyeti ise 6,24 TL'dir. Bu kapsamda geleneksel tulumba tatlısı maskarpon peyniri kreması ile sentezlendikten sonra malzeme maliyetinin 60, 89 TL, porsiyon maliyetinin de 6,06 TL arttığı söylenilebilir.

Füzyon mutfak uygulamaları kapsamında geliştirilen bir diğer ürün ise geleneksel tel kadayıf ile Fransız muss tatlısının sentezlendiği "Kadayıf Mousse" tatlısıdır. Bahsedilen ürünün pilot testlerinde herhangi bir olumsuz özelliğe rastlanmamıştır. Yukarıda bahsedildiği üzere Türk tatlılarının sunumlarının olumsuz algılanmasından dolayı bu tatlının da sunumunun geliştirilmesi açısından işlemlerde bulunulmuştur. Bu tatlının dekorasyonunda ise tabak prezentasyonu ve tasarım elemanlarından nokta kullanılmıştır. Tabak prezentasyonunda nokta, tekrarı ve hareketi vurgulamak için kullanılmaktadır (Uçuk, 2017). İlgili ürünün standart reçetesi tablo 16'da gösterilmiştir.

Tablo 16. Kadayıf Muss (Mousse) Tatlısının Standart Reçetesi



Kaynak: 07.04.2021 tarihinde yazar tarafından çekilmiştir.

Reçete Adı: Kadayıf Muss (Mousse) Tatlısı	Standart Reçete No: 2
Miktar: 10 Porsiyon	Porsiyon Büyüklüğü: 315 gr
Malzemeler	Miktar
Geleneksel Tel Kadayıf İçin;	
Taze Tel Kadayıf	500 gr
Tereyağı	175 gr
Ceviz İçi	175 gr
Şerbeti İçin;	900 gr
Toz Şeker	750 ml
Su	80 gr
Limon	
Fransız Muss (Mousse) İçin;	
Tam Yağlı İnek Sütü	400 gr
Beyaz Çikolata	420 gr
Süt Kreması	240 gr
Yaprak Jelatin	6 gr
Ön Hazırlık Süresi: 4 saat 35 Dakika	Pişirme Süresi: 45 Dakika

Geleneksel Tel Kadayıfının Yapılışı:

- İlk olarak geleneksel tel kadayıf tatlısının şerbeti hazırlanır. Bu işlem için su ve şeker aynı tencere içerisine alınarak sürekli olarak karıştırılır.
- Daha sonra eritilen tereyağı tel tel ayrılmış kadayıfın üzerine dökülür ve karıştırılır.
- Kadayıfın pişirileceği tepsi yağlanır. Tel kadayıfın 250 gramı tepsiye eşit kalınlıkta serilir ve iyice bastırılır.
- Geriye kalan 250 gr tel kadayıf cevizlerin üzerine eşit kalınlıkta serilir ve 60 dakika boyunca preslenerek pürüzsüz bir hale gelmesi sağlanır.
- Kaynayan şerbete limon suyu sıkılır. Limon sıkılan şerbet ocaktan alınır.
- Tel kadayıf tatlısı 175°C'lik fırında 30 dakika pişirilir.
- 30 dakika pişirilen tel kadayıf fırından alınır ve ters çevrilerek 175°C'de 15 dakika daha pişirilir.
- Pişen tel kadayıf tatlısı fırından alınır ve kepçe yardımıyla üzerine şerbet dökülür.
- Şerbet ilave edilen tel kadayıf tatlısı şerbetini çekmeye ve soğumaya bırakılır.
- Şerbetini çeken ve soğuyan tel kadayıf yuvarlak bir aparat yardımıyla kesilerek muss tatlısının tabanına yapıştırılır.

Fransız Muss (Mousse) Tatlısının Yapılışı:

- İlk etapta yaprak jelatini yumuşayana kadar buzlu suda bekletilir; fazla suyu sıkılır ve bekletilir.
- İkinci aşamada beyaz çikolata benmaride eritilir ve 32°C'de sabit tutulur.
- Daha sonra süt kaserola tencerenin içerisine alınır ve kaynamaya bırakılır. Kaynama işlemi gerçekleştirildikten sonra içerisine sırasıyla; benmaride eritilen yaprak jelatin ve beyaz çikolata ilave edilir. 30 dakika bekletilerek 35°C'ye düşürülmesi sağlanır.
- Süt kreması mikserde 5 dakika süreyle devirde çırpılarak kabartılır ve 35°C dereceye düşürülen karışımın içerisine ilave edilir. Homojen bir kıvam alana kadar 3 dakika boyunca karıştırılır ve yuvarlak silikon kalıplara doldurulacak hale getirilir.
- Son olarak homojen hale getirilen muss(mousse) tatlısı yuvarlak silikon kalıplara dökülür ve 130 dakika süreyle -18 °C'de dondurulur.

Kadayıf Muss (Mousse) Tatlısının Yapılışı:

- -18 °C'de dondurulan Fransız muss(mousse) tatlısı silikon kalıptan çıkarılır.
- Daha sonra hazırlanan geleneksel tel kadayıf tatlısı yuvarlak bir aparat yardımıyla kesilir ve Fransız muss (mousse) tatlısının tabanına yapıştırılır. Tel kadayıf tatlısının şerbeti dolayısıyla yapışkan olması ve Fransız muss (mousse) tatlısı -18 °C'den oda sıcaklığına çıkarıldığından dolayı nemli olması iki tatlının birbiriyle rahat bir şekilde bütünleşmesine imkân tanıyacaktır.
- Son olarak dekore edilip servisi yapılır.

Tablo 16'da Tel Kadayıf Muss (Mousse) Tatlısının standart reçetesine yer verilmiştir. Geleneksel tel kadayıfının standart reçetesi "Uygulamalı Türk Mutfağı" (Demir, 2020)

isimli kitaptan alınmıştır. Tel kadayıf tatlısının hazırlanmasında marka olarak taze tel kadayıf (Hastel[®], Burdur), tereyağı (Torku[®], Konya), ceviz içi (Efe TV Organik[®], Aydın), şeker (Torku[®], Konya) kullanılmıştır. Suyun ise içilebilir nitelikte olmasına dikkat edilmiştir.

Fransız muss (mousse) tatlısının standart reçetesinin oluşturulmasında Bachour Simply Beautiful” (Bachour, 2014) isimli kitap referans alınmıştır. Fransız muss (mousse) tatlısının hazırlanmasında ise tam yağlı inek sütü (Torku[®], Konya), süt kreması (Rama[®], Almanya), beyaz çikolata (Callebaut[®], Belçika) ve yaprak jelatin (Gelita[®], Almanya) belirtilen markalarda kullanılmıştır.

Kadayıf Muss (mousse) tatlısının standart reçetesi oluşturulduktan sonra ürünün standart porsiyon maliyeti menü ögesi malzeme maliyetine göre hesaplanmıştır. İlgili hesaplamalar tablo 17’de verilmiştir.

Tablo 17. Kadayıf Muss (Mousse) Tatlısının Standart Porsiyon Maliyetinin Menü Ögesi Malzeme Maliyetine Göre Belirlenmesi

Menü Ögesinin Adı: Kadayıf Muss (Mousse) Tatlısı				
Porsiyon Sayısı: 10				
Malzeme	Kullanılan Miktar	Satın Alma Birimi	Birim Maliyet	Toplam
Tel Kadayıf (Taze)	500 gr	5 (kg)	79,95 TL	7,99 TL
Tereyağı	175 gr	1 (kg)	57,08 TL	9,98 TL
Ceviz İçi	175 gr	1 (kg)	79,90 TL	13,98 TL
Şeker	900 gr	1 (kg)	5,62 TL	5,05 TL
Su	750 ml	1 (lt)	4 TL	3 TL
Limon	80 gr	1 (kg)	5,9 TL	0,47 TL
Tam Yağlı İnek Sütü	400 ml	1 (lt)	6,95 TL	2,75 TL
Süt Kreması	240 ml	1 (lt)	31 TL	7,44 TL
Beyaz Çikolata	420 gr	2,5 (kg)	80,91 TL	13,59 TL
Yaprak Jelatin	6 gr	100 (gr)	2,25 TL	0,13 TL
			Genel Toplam	64,38 TL
			Standart Porsiyon Maliyeti=	6,43 TL
			64,38/10	

Tablo 17’de verilen Kadayıf Muss (Mousse) tatlısının standart reçete malzeme maliyeti 10 porsiyona göre 64,38 TL olarak hesaplanmıştır. Bahsedilen tatlının standart 1 porsiyon maliyeti ise 6,43 TL’dir. Geleneksel tel kadayıf tatlısının

geliştirilmeden önceki maliyeti 40,47 TL'dir. Bu husus tel kadayıf tatlısının standart reçete malzeme maliyetinin geliştirildikten sonra 23,91 TL arttığını göstermektedir. Standart porsiyon maliyetinin ise geliştirildikten sonra 4,04 TL arttığı söylenilebilir.

3.2.2.1. Uzman Panelistler ile Gerçekleştirilen Duyusal Analizler Sonucunda Elde Edilen Bulgular

Bu çalışmanın duyusal analizleri 10 eğitimli panelist ile gerçekleştirilmiştir. Eğitimli panelist grubun 7'si erkek 3'ü kadınlardan oluşmaktadır. Duyusal değerlendirmelerin gerçekleştirildiği panelist grubun 6'sı 26-29, 3'ü 32-36 1'i ise 45+üstü yaş aralığındadır. Panelist grubun tamamının eğitim düzeyi lisansüstüdür.

10 eğitimli panelist ile ilk olarak eşlenmiş kıyaslama testi, ikinci olarak hedonik skala beğeni testi ve son olarak kalite kriterleri bağlamında duyusal değerlendirmeler gerçekleştirilmiş ve elde edilen veriler SPSS 25,0 (Statistical Program for Social Sciences) paket programına aktarılarak Wilcoxon işaretli sıralar testi, yüzde, frekans, standart sapma, aritmetik ortalama, medyan, mod gibi betimsel analiz verileri ile istatistiksel tekniklerden yararlanılarak analiz edilmiştir.

3.2.2.1.1. Füzyon Mutfak Uygulamaları Kapsamında Geliştirilen Ürünlerin Eşlenmiş Kıyaslama Testi Bulguları

Eşlenmiş kıyaslama testi farklılık testleri içerisinde yer alan bir test türüdür. Bu testte panelistlere iki örnek aynı anda sunulmakta ve "örnekler arasında farklılık var mı?" sorusu yöneltilir. Eşlenmiş kıyaslama testi aynı zamanda bir gıda sektöründe yeni ürün geliştirme, mevcut ürün formülasyonunu geliştirme, ürün çeşitliliği artırma, pazar potansiyelini yükseltme gibi tüketici tercih testlerinde kullanılan test tekniklerinden biridir (Altuğ-Onoğur ve Elmacı, 2019).

3.2.2.1.1.1. Füzyon Mutfak Uygulamaları Kapsamında Geliştirilen Tulumba Tatlısının Eşlenmiş Kıyaslama Testi Bulguları

Füzyon mutfak uygulamaları kapsamında geliştirilen Türk tatlılarından "Maskarpon Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısı" 'nın ilk olarak eşlenmiş kıyaslama duyusal analiz

testleri gerçekleştirilmiştir. Füzyon mutfak uygulamaları kapsamında geliştirilen geleneksel Tulumba tatlısı ilk olarak “A Örneği” ve “B Örneği” olmak üzere panelistlerin değerlendirmelerine sunulmuştur.



Resim 2. Maskarpone Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısının Duyusal Değerlendirmeleri

Kaynak: 07.04.2021 tarihinde yazar tarafından çekilmiştir.

A Örneğinde geleneksel Tulumba tatlısı ve B Örneğinde füzyon mutfak uygulamaları kapsamında geliştirilen “Maskarpon Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısı” yer almaktadır. Panelistlerden tatlıların duyusal özellikleri ve genel beğeni düzeyi kapsamında iki örnekten birini tercih etmeleri istenmiştir. Tablo 18’de yer alan verilerden yola çıkılarak panelistlerin %80 ‘i füzyon mutfak uygulamaları kapsamında geliştirilen “Maskarpon Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısı” ’nı %20’si ise “Geleneksel Tulumba Tatlısı” ‘nı tercih etmiştir. Panelistlerin füzyon mutfak uygulamaları kapsamında geliştirilen üründe en fazla tercih ettikleri duyusal özellikler %80 oranla görme ve tatma olurken en düşük tercih oranına sahip özelliğin ise %60 ile koklama özelliği olduğu görülmektedir. Panelistlerden biri ise koklama özelliği ile ilgili iki örnek arasında herhangi bir farklılığın olmadığını belirtmiştir. Genel anlamda panelist grubun en fazla tercih ettiği tatlının “Maskarpon Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısı” olduğu söylenilebilir.

Tablo 18. Geleneksel Tulumba Tatlısı (A) ve Maskarpon Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısına (B) Yönelik Eşlenmiş Kıyaslama Testi Frekans Analizi Bulguları

Duyusal Özellikler	A Örneği		B Örneği		Fark Yok	
	Frekans	Yüzde(%)	Frekans	Yüzde(%)	Frekans	Yüzde(%)
Optik Etkiler(Görme)	2	20,0	8	80,0	-	-
Olfaktorik Etkiler(Koklama)	3	30,0	6	60,0	1	10,0
Haptik Etkiler(Dokunma)	2	20,0	8	80,0	-	-
Gastatonik Etkiler(Tatma)	3	30,0	7	70,0	-	-
Genel Beğeni Düzeyi	2	20,0	8	80,0	-	-

3.2.2.1.1.2. Füzyon Mutfak Uygulamaları Kapsamında Geliştirilen Tel Kadayıf Tatlısının Eşlenmiş Kıyaslama Testi Bulguları

Füzyon mutfak uygulamaları kapsamında geliştirilen bir diğer Türk tatlısı ise Tel Kadayıfıdır. Panelist gruba A örneğinde tel kadayıfının geleneksel hali, B örneğinde ise füzyon mutfağı kapsamında geliştirilen “Kadayıf Mousse” tatlısının duyusal özellikleri test edilmek üzere sunulmuştur.



Resim 3. Kadayıf Muss (Mousse) Tatlısının Duyusal Değerlendirmeleri

Kaynak: 07.04.2021 tarihinde yazar tarafından çekilmiştir.

Tablo 19’da verilen bilgilerden hareketle füzyon mutfak uygulamaları kapsamında geliştirilen Türk tatlısının genel beğeni düzeyi olarak %80 oranla daha fazla tercih edildiği saptanmıştır. “Kadayıf Muss (Mousse)” tatlısının duyuşal özellikleri bağlamında en fazla beğenilen özelliğinin %90 oranla koklama özelliğinin olduğu, en az beğenilenin ise dokunma olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak füzyon mutfak uygulamaları kapsamında geliştirilen “Kadayıf Mousse” tatlısının beğenildiği söylenilebilir.

Tablo 19. Geleneksel Tel Kadayıf (A) ve Kadayıf Mousse (B) Tatlısına Yönelik Eşlenmiş Kıyaslama Testi Frekans Analizi Bulguları

Duyusal Özellikler	A Örneği		B Örneği		Fark Yok	
	Frekans	Yüzde(%)	Frekans	Yüzde(%)	Frekans	Yüzde(%)
Optik Etkiler(Görme)	2	20,0	8	80,0	-	-
Olfaktörük Etkiler(Koklama)	1	10,0	9	90,0	-	-
Haptik Etkiler(Dokunma)	4	40,0	6	60,0	-	-
Gastatonik Etkiler(Tatma)	2	20,0	8	80,0	-	-
Genel Beğeni Düzeyi	2	20,0	8	80,0	-	-

3.2.2.1.2. Füzyon Mutfak Uygulamaları Kapsamında Geliştirilen Ürünlerin Hedonik Skala Beğeni Testi

Hedonik skala beğeni testi tüketici kabulünü değerlendirmek üzere kullanılan tüketici tercih testlerinden biridir (Ergül ve Karakaya, 2013). Bu kapsamda geliştirilen tatlıların değerlendirilmesi için kullanılan bir diğerk ölçme aracı ise hedonik skala beğeni testi ölçөгüdür. Bu ölçek panelist gruba geliştirilen iki tatlı için ayrı ayrı uygulanmıştır. Hedonik skala beğeni testi sonucunda elde edilen verilerin analizi wilcoxon işaretli sıralar testi ile gerçekleştirilmiştir. Wilcoxon işaretli sıralar testi, veriler normal olarak dağılmadığında ve örnekle sayısının az olduğu durumlarda kullanılmaktadır. Wilcoxon işaretli sıralar testi, eşleştirilmiş iki grupta t testinin parametrik olmayan karşılığıdır. Parametrik testler ile ilgili gerekli koşullar yerine getirilmediği durumlarda bu testlere alternatif olan non-parametrik testler kullanılmaktadır. Hedonik skala beğeni testi sonucunda elde edilen verilen normal dağılmadığı için wilcoxon işaretli sıralar testine başvurulmuştur (Akgül ve Çevik,

2003; Çimen, 2016; Demir, 2018). Bu tekniğin kullanılmasının bir diğer amacı ise geleneksel tatlıların ve füzyon mutfak uygulamaları kapsamında geliştirilen ürünlerin beğeni düzeyi ortalamaları arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını tespit etmektir. Yapılan istatistiksel analizlerde p anlamlılık değeri $p<0,05$ olarak alınmıştır.

3.2.2.1.2.1. Geleneksel Tulumba ve Maskarpone Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısının Hedonik Skala Beğeni Testi Bulguları

Geleneksel Tulumba Tatlısı ve Maskarpon Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısına yönelik gerçekleştirilen analizlerin sonucuna göre Maskarpon Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısının ($\bar{x}=4,40$) geleneksel Tulumba Tatlısına ($\bar{x}=3,00$) göre daha fazla beğenildiği söylenilebilir. Gerçekleştirilen Wilcoxon işaretli sıralar testinin sonuçlarına göre ise panelistlerin füzyon mutfak uygulamaları kapsamında geliştirilen Maskarpone Kremalı Tulumba Tatlısını geleneksel Tulumba Tatlısına nazaran istatistiksel olarak daha olumlu algıladıklarını söylemek mümkündür ($p<0,05$).

Tablo 20. Geleneksel Tulumba Tatlısı ve Maskarpone Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısının Wilcoxon İşaretli Sıralar Testi Sonuçları

Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma	z	p-değeri
Geleneksel Tulumba Tatlısı Hedonik Beğeni	3,00	,666	-2, 170	0,30
Maskarpon Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısı Hedonik Beğeni	4,40	,966		

Ölçek: 1: Hiç Beğenmedim 2: Az Beğendim 3: Orta Düzeyde Beğendim 4: Beğendim 5: Çok Beğendim

3.2.2.1.2.2. Tel Kadayıf ve Kadayıf Muss (Mousse) Tatlısının Hedonik Skala Beğeni Testi Bulguları

Tel Kadayıf ve Kadayıf Muss (Mousse) tatlısına yönelik gerçekleştirilen analiz sonucunda Kadayıf Muss (Mousse) ($\bar{x}=4,30$) tatlısının Tel Kadayıf tatlısına ($\bar{x}=4,30$) göre beğeni düzeyinin yüksek olduğu söylenilebilir. Wilcoxon işaretli sıralar testi

sonucunda ise Kadayıf Muss (Mousse) tatlısının Tel Kadayıf tatlısına göre istatistiksel olarak daha olumlu algılandığı tespit edilmiştir ($p<0,05$).

Tablo 21. Tel Kadayıf ve Kadayıf Muss (Mousse) Tatlısının Wilcoxon İşaretli Sıralar Testi Sonuçları

Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma	z	p-değeri
Tel Kadayıf Hedonik Beğenme	2,80	,918	-2,461	0,14
Kadayıf Muss (Mousse) Hedonik Beğenme	4,30	,948		

Ölçek: 1: Hiç Beğenmedim 2: Az Beğendim 3: Orta Düzeyde Beğendim 4: Beğendim 5: Çok Beğendim

3.2.2.1.3. Füzyon Mutfak Uygulamaları Kapsamında Geliştirilen Ürünlerin Kalite Kriterleri Kapsamında Duyusal Değerlendirme Bulguları

Panelist grup ile hedonik skala beğeni testleri gerçekleştirildikten sonra görünüş, doku, koku ve lezzet olmak üzere 4 duyusal boyut 5'li likert tipi dereceleme ile ölçülmüştür. Bu kapsamda geliştirilen iki ürününde duyusal kalite nitelikleri belirlenmeye çalışılmıştır.

3.2.2.1.3.1. Maskarpone Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısının Kalite Kriterleri Kapsamında Duyusal Değerlendirme Bulguları

Maskarpon Peyniri Kremalı Tulumba tatlısı 10 eğitimli panelist tarafından görünüş, doku, koku ve lezzet olmak üzere 4 duyusal boyut olarak değerlendirilmiş, duyusal kalite nitelikleri tespit edilmiştir. Bahsedilen tatlının en fazla beğenilen duyusal özellikleri sırasıyla yüzey parlaklığı ($\bar{x}=4,50$), çiğnenebilirlik ($\bar{x}=4,40$) ve tat ($\bar{x}=4,30$) olarak belirlenmiştir. Diğer duyusal özelliklerin ortalama beğeni düzeyleri ise sırasıyla; boğazda bıraktığı his ($\bar{x}=4,20$), ağızda bıraktığı his ($\bar{x}=4,10$), tat sonrası izlenim ($\bar{x}=4,10$) ve hoş koku ($\bar{x}=3,80$) şeklindedir. Bu kapsamda Maskarpon Peyniri Kremalı Tulumba tatlısının genel olarak 4 duyusal boyut açısından beğenildiği söylenilebilir.

Geliştirilen tatlıda panelistler tarafından olağan dışı sertlik ($\bar{x}=2,10$), olağan dışı yumuşaklık ($\bar{x}=1,90$) ve istenmeyen koku ($\bar{x}=1,80$) gibi olumsuz özellikler düşük

düzyeyde algılanmıştır. Maskarpon Peyniri Kremalı Tulumba tatlısı tatlısının kalite kriterleri kapsamında duyusal değerdendirme bulgularına y6nelik tablo Tablo 22’de detaylı olarak verilmiştir.

Tablo 22. Maskarpon Peyniri Kremalı Tulumba Tatlısının Kalite Kriterleri Kapsamında Duyusal Değerdendirme Bulguları

GÖRÜNÜŞ	Ortalama	St. Sapma	Yok (Mat)		Yetersiz		Kabul Edilebilir		İyi		Çok İyi	
			Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)
Şekil	4,00	,816	-	-	-	-	3	30,0	4	40,0	3	30,0
Yüzey Parlaklığı	4,50	,527	-	-	-	-	-	-	5	50,0	5	50,0
DOKU	Ortalama	St. Sapma	Hiç Yok		Yok		Biraz Var		Var		Çok Var	
			Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)
Olağan dışı sertlik	2,10	,875	2	20,0	6	60,0	1	10,0	1	10,0	-	-
Çiğnenebilirlik	4,40	,516	-	-	-	-	-	-	6	60,0	4	40,0
Olağan dışı yumuşaklık	1,90	,994	4	40,0	4	40,0	1	10,0	1	10,0	1	10,0
KOKU- AROMA	Ortalama	St. Sapma	Yok		Az Var		Kabul Edilebilir		Var		Çok Var	
			Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)
Hoş Koku	3,80	1,135	-	-	2	20,0	-	-	4	40,0	3	30,0
İstenmeyen Koku	1,80	1,475	8	80,0	1	10,0	-	-	1	10,0	-	-
LEZZET	Ortalama	St. Sapma	Çok K6t6		K6t6		Ne iyi Ne K6t6		İyi		Çok İyi	
			Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)
Tat	4,30	,674	-	-	-	-	1	10,0	5	50,0	4	40,0

Ağızda Bıraktığı His	4,10	,567	-	-	-	-	1	10,0	7	70,0	2	20,0
Boğazda Bıraktığı His	4,20	,632	-	-	-	-	1	10,0	6	60,0	3	30,0
Tat Sonrası İzlenim	4,10	,567	-	-	-	-	1	10,0	7	70,0	2	20,0

3.2.2.1.3.2. Kadayıf Muss (Mousse) Tatlısının Kalite Kriterleri Kapsamında Duyusal Değerlendirme Bulguları

Eğitimli panelist grubuna yönelik gerçekleştirilen son analiz ise Kadayıf Muss (Mousse) tatlısının 4 duyusal boyut açısından kalite kriterlerinin değerlendirilmesidir. Kadayıf Muss (Mousse) tatlısının en fazla beğenilen özelliği sırasıyla şekil ($\bar{x}=4,40$), tat sonrası izlenim ($\bar{x}=4,40$), tat ($\bar{x}=4,20$), ağızda bıraktığı his ($\bar{x}=4,20$), boğazda bıraktığı his ($\bar{x}=4,20$) çiğnenebilirlik ($\bar{x}=4,10$) ve hoş koku ($\bar{x}=4,20$) şeklindedir.

Panelistler tarafından Kadayıf Muss (Mousse) tatlısında istenmeyen koku ($\bar{x}=1,20$), olağan dışı sertlik ($\bar{x}=1,60$) ve olağan dışı yumuşaklık gibi olumsuz özellikler düşük düzeyde algılanmıştır. Bu kapsamda geliştirilen tatlının beğeni düzeyinin yüksek olduğu söylenilebilir. Kadayıf Muss (Mousse) tatlısının kalite kriterleri kapsamında duyusal değerlendirme bulgularına yönelik tablo Tablo 23'te detaylı olarak verilmiştir.

Tablo 23. Kadayıf Muss (Mousse) Tatlısının Kalite Kriterleri Kapsamında Duyusal Değerlendirme Bulguları

GÖRÜNÜŞ	Ortalama	St. Sapma	Yok (Mat)		Yetersiz		Kabul Edilebilir		İyi		Çok İyi	
			Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)
Şekil	4,40	,699	-	-	-	-	1	10,0	4	40,0	5	50,0
Yüzey Parlaklığı	3,80	,632	-	-	-	-	3	30,0	6	60,0	1	10,0
DOKU	Ortalama	St. Sapma	Hiç Yok		Yok		Biraz Var		Var		Çok Var	
			Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)
Olağan dışı sertlik	1,60	,516	4	40,0	6	60,0	-	-	-	-	-	-
Çiğnenebilirlik	4,10	,567	-	-	-	-	1	10,0	7	70,0	2	20,0
Olağan dışı yumuşaklık	2,00	,942	3	30,0	5	50,0	1	10,0	1	10,0	1	10,0
KOKU-AROMA	Ortalama	St. Sapma	Yok		Az Var		Kabul Edilebilir		Var		Çok Var	
			Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)
Hoş Koku	4,10	,567	-	-	-	-	-	10,0	7	70,0	2	20,0
İstenmeyen Koku	1,20	,427	8	80,0	2	20,0	-	-	-	-	-	-
LEZZET	Ortalama	St. Sapma	Çok Kötü		Kötü		Ne iyi Ne Kötü		İyi		Çok İyi	
			Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)
Tat	4,20	,488	-	-	-	-	2	20,0	4	40,0	4	40,0
Ağızda Biraktığı His	4,20	,721	-	-	-	-	-	-	8	80,0	2	20,0
Boğazda Biraktığı His	4,20	,788	-	-	-	-	2	20,0	4	40,0	4	40,0
Tat Sonrası İzlenim	4,40	,699	-	-	-	-	1	10,0	4	40,0	5	50,0

SONUÇ VE ÖNERİLER

Gastronomi turizmi, yiyecek ve içeceklerin turistik destinasyonlarda yer alması nedeniyle ekonomik ve toplumsal alanların kalkınmasına katkı sağlayabilecek potansiyelde bir turizm türüdür ve ekonomi gelişiminin sürdürülebilirliği açısından önem arz etmektedir (Wolf, 2006). Türk mutfağı da içerisinde; çorbalar, salatalar, börekler, pilavlar, zeytinyağı yemekler, diğer sebze yemekleri, etli sebze yemekleri, etli kuru baklagil yemekleri, et yemekleri ve tatlıların yer aldığı 2500'e yakın yemek çeşidi ile (Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013) gastronomi turizmi kapsamında yeterli çekicilik unsurlarına sahiptir. Bahsedilen yemek çeşitleri içerisinde ise son yıllarda turizm faaliyetlerine katılan turist sayılarının artması, ulaşım ağlarının ve teknolojinin gelişmesiyle insanlarda merak dürtüsü uyandıran tatlılar da (Cebeci, 2019) büyük bir öneme sahiptir. Turistlerin yiyecek ve içecek tüketimi gerçekleştirdikleri alanlarda turistlere arz edilmesi tatlıların önemli bir yere sahip olduğunu destekleyici niteliktedir. Ancak literatürde turistlerin Türk tatlılarını olumsuz yönde değerlendirdikleri ve yeterli bir tatmin düzeyine ulaşmadıkları ile karşılaşılmıştır.

Türk tatlılarının gastronomi turizmi açısından önemi düşünüldüğünde, karşılaşılan bu olumsuz özelliklerin iyileştirilmesine yönelik pek fazla çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu problemde yola çıkılarak Türk tatlılarının beğeni düzeyinin artırılması açısından ürün geliştirme çalışmaları yapılmıştır. Ürün geliştirme çalışmaları, turistlerin destinasyon tercihlerinde sunulan yiyecek içeceklerin kendilerine yakın lezzetler olmasının önemi (Canires ve Guzman 2011, aktaran Can vd., 2012), turistlerin ziyaret ettikleri destinasyonlarda kendi damak tatlarına uygun yeni lezzet ve konsept arayışı içerisinde olmaları (Lan vd., 2012) ve tatlılarda yenilik ve değişim yaratma (Doğdubay vd., 2007) açısından füzyon mutfak uygulamaları kapsamında gerçekleştirilmiştir.

Turistlerin beğeni düzeyini arttırabilmek için füzyon mutfak kapsamında geliştirilecek olan ürünlerin belirlenmesi amacıyla pastane şefleri ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Geliştirilen ürünlerin beğeni düzeyi ve duyuşal kalite niteliklerini tespit etmek amacıyla eğitimli panelistler ile duyuşal analizler gerçekleştirilmiştir. Duyuşal analizler sonucunda geliştirilen ürünlerin geleneksel yapılarışlarına göre daha fazla beğenildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Elde edilen sonuçlar literatürdeki çalışmalar ile kıyaslandığında Özata (2019) Türk mutfağında yer alan modernize edilen ve içerisinde tatlılarında bulunduğu yemeklerin geleneksel hallerine göre daha yüksek oranda beğenildiği sonucuna ulaşılmıştır. Yayla, Ekincek ve Yayla (2020), Türk mutfağına ait ürünleri geliştirdikten sonra önceki durumlarına göre beğeni düzeyinin yükseldiği sonucuna varmıştır. Bakan (2021) Türk tatlıları ile ilgili yapmış olduğu inovasyon çalışmasında geliştirdiği tatlıların beğeni düzeyinin yüksek olduğunu tespit etmiştir. Şimşek, Güleç ve Usta (2020) geliştirmiş oldukları Türk tatlısının beğenildiği sonucuna ulaşılmıştır. Özkaya vd., (2020) keşkül tatlısına yönelik yapmış oldukları ürün geliştirme çalışmasında genel beğeni düzeyinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde yer alan çalışmaların sonuçları incelendiğinde bu araştırmanın sonuçları ile benzerlik gösterdiği anlaşılmaktadır.

Araştırma kapsamında elde edilen bulgular neticesinde otel işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri ve gelecekte yapılacak olan akademik çalışmalara yönelik bazı çözüm önerileri geliştirilmiştir.

Otel işletmelerine yönelik öneriler;

- Otel işletmelerinin tanıtımında kullanılan kitap, dergi ve broşürlerde Türk mutfağına özgü tatlılara yönelik bilgilere daha fazla yer verilmelidir.
- Menülerde belli başlı Türk tatlılarına yer verilmemeli, ürün çeşidinin arttırılması gerekmektedir.
- Üretimi gerçekleştirilen tatlıların personel değişimine gidildiğinde turistler tarafından beğenilmediği ile ilgili ifadelerle karşılaşılmıştır. Bu kapsamda menüde yer alan tatlıların standart reçetelerinin oluşturulması ve belirli bir çizginin yakalanması sağlanmalıdır.
- Türk tatlılarının prezentasyonuna özen gösterilerek görsel olarak çekiciliğinin arttırılması gerekmektedir.

- Füzyon mutfak uygulamaları kapsamında geliştirilen ürünler menülere eklenmeli ve buna benzer ürünler pastane şefleri tarafından geliştirilerek misafirlere sunumu gerçekleştirilmelidir.
- Geliştirilen ürünlerin maliyetleri araştırmacı tarafından hesaplanmıştır ve geleneksel hallerinden maliyet açısından yüksek olduğu saptanmıştır. Bu husus olumsuz bir durum olarak düşünülmemeli misafir üzerinde gerçekleşecek memnuniyet esas alınarak menülere eklenmelidir.

Gelecekte yapılacak olan çalışmalara yönelik öneriler;

- Bu çalışma pandemi süreci nedeniyle ve konu ile doğrudan ilgili olduğu düşünülerek pastane şefleri ile gerçekleştirilmiştir. Bir sonraki çalışmalar Türk tatlıları ile ilgili yabancı turistlerin görüşleri alınarak bu doğrultuda ürün geliştirme çalışmaları yapılabilir.
- Bu çalışmanın duyuşsal analizleri uzman panelistlerle gerçekleştirilmiştir. İlerleyen süreçte yapılacak olan benzer çalışmalarda geliştirilen ürünlerin turistlere yönelik duyuşsal değerlendirmeleri yapılabilir.
- Pastane şefleri ile gerçekleştirilen görüşmeler neticesinde elde edilen bir diğer sonuç ise Türk tatlılarının otel işletmeleri menülerinde yeteri kadar yer verilmediğidir. Bu problemin sebeplerine yönelik farklı bir araştırma gerçekleştirilebilir.

KAYNAKÇA

- Abrams, J. (2013). Mise en plate: the scenographic imagination and the contemporary restaurant. *Performance Research*, 18(3), 7-14.
- Ağarı, Ő. (2018). Gelibolulu Âlî'nin Surnâmesinde Osmanlı Yemek Kùltürü. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 106-123.
- Akan, L.-S. (2007). *Safranbolu Mutfak Kùltürü Üzerine Bir Araştırma. Türk Mutfak Kùltürü Üzerine Araştırmalar* (Cilt 13-14). Ankara: Türk Halk Kùltürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.
- Akbulut, D. (2010). Bektaři Kazanlarından Saray Ařureliklerine Bir Paylaşım Geleneđi Olarak Aşure. *Türk Kùltürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*(55), 269-280.
- Akman, M. (1998). Yabancı turistlerin Türk mutfağından beklentileri, yararlanma durumları ve Türk mutfağının turizme katkısı üzerine bir araştırma, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ev Ekonomisi Ana Bilim Dalı. Ankara.
- Akgül, A., & Çevik, O. (2003). *İstatistiksel Analiz Teknikleri*. Ankara: Emek Ofset.
- Akın, G., Özkoçak, V., & Gültekin, T. (2015). Geçmişten Günümüze Geleneksel Anadolu Mutfak Kùltürünün Gelişimi. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakùltesi Antropoloji Dergisi* (30), 33-52.
- Aksoy, M., & Sezgi, G. (2015). Gastronomi turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi gastronomik unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Aksoy, M., & Üner, E. (2016). Rafine Mutfağın Doğuğu ve Rafine Mutfağı Őekillendiren Yenilikçi Mutfak Akımlarının Yiyecek İçecek İşletmelerine Etkileri. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(6), 1-17.
- Aktaş, A., & Özdemir, B. (2007). *Otel İşletmelerinde Mutfak Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alabacak, C.-H. (2018). Türk mutfak kùltüründeki geleneksel yemeklerin bilinirliği: Ankara ili örneği. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Albayrak, A. (2013). Farklı Milletlerden Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Saptanması Üzerine Bir Çalışma. *Journal of Yasar University* , 30(8), 5049-5063.

Alpargu, M. (2008). 12. Yüzyıla Kadar İç Asya'da Türk Mutfak Kültürü. A. Bilgin, & Ö. Samancı içinde, *Türk Mutfağı*. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.

Altinel, H. (2009). Gastronomide Menü Yönetimi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İstanbul.

Altuğ-Onoğur, T., & Elmacı, Y. (2019). *Gıdalarda Duyusal Değerlendirme* (4. Baskı b.). İzmir: Sidas Medya Ltd. Şti.

Altunay, E., Oral, G., & Yalçınkaya, M. (2014). Eğitim Kurumlarında Mobbing Uygulamalarına İlişkin Nitel Bir Araştırma. *Sakarya University Journal of Education*, 4(1), 62-80.

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2007). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Alyakut, Ö. (2020). Kitle kültürünün geleneksel Türk tatlı kültürüne etkisi: İnternet medyasında yeni nesil lokma tatlısı. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 7(51), 377-391.

Arlı, M. (1982). *Türk Mutfağına Genel Bir Bakış, Türk Mutfağı Sempozyum Bildiri*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.

Arslan, E., Erdoğan, S., Konuksal, G., Kubilay, E., & Kurt, D. (2002). Ülkemize gelmiş olan turistlerin Türk mutfağı hakkındaki düşünceleri ve önerileri üzerine bir araştırma. *Turizmde Sağlık ve Beslenme; Sorunlar ve Çözümler Sempozyum Bildiriler Kitabı* içinde. Alanya.

Ateş, U. (2014). Gastronomi turizminin Çanakkale turizmine katkısı. Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Çanakkale.

Aydın, Ş., Keskin, E., & Aydemir, D. (2021). Türk Mutfağının Uluslararası Bilinirliğindeki Engeller ve Aşçıların Konu Hakkındaki Görüşleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(1), 470-487.

Bachour, A. (2014). *Bachour Simply Beautiful*. New York, USA: Battman Studios.

Bakan, R. (2021). Türk mutfağındaki sütlü tatlıların değerlendirilmesi ve inovasyonu. Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Programı. Denizli.

Başar, B. (2017). Farklı Yağ ve Şeker Şurubunun Tepsi Kadayıfın Duyusal ve Dokusal Özelliklerine Etkisi. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, Erzurum.

Batu, A., & Batu, H. (2016). Türk Tatlı Kültüründe Türk Lokumunun Yeri (The Place of Turkish Delight (Lokum) in Turkish Sweet Culture). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 42-52.

Baykara, T. (2001). *Türk Tarihine Bakışlar*. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı.

Baytok, A., Pelit, E., & Cerit, A. (2020). yonkarahisar Mutfağının Turizm Eğitimi Alan Öğrenciler Tarafından Bilinme ve Tadılma Durumlarının Tespiti Üzerine Bir Araştırma: Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneği. 8(1), 501-522.

Bezirgan, M. (2019). Turistlerin duygusal yiyecek aidiyetleri ve gastronomi imajı algılarının Türk mutfağının marka bilinirliği üzerine etkileri. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(66), 1023-1033.

Beaugé, B. (2012). On The Idea Of Novelty In Cuisine: A Brief Historical Insight. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 1(1), 5-14.

Beltrán, J., Lopez-Guzmán, T., & Santa-Cruz, F. (2016). Gastronomy and tourism: Profile and motivation of international tourism in the city of Córdoba, Spain. *Journal of Culinary Science & Technology*, 14(4), 347-362.

Bilgili, B., Yağmur, Ö., & Yazarkan, H. (2012). Turistik Ürün Olarak Festivallerin Etkinlik ve Verimliliği Üzerine Bir Araştırma (Erzurum-Oltu Kırdag Festivali Örneği). *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 117-124.

Bilgin, A. (2011). Osmanlı Döneminde İstanbul Mutfak Kültürü. *Akademik Araştırmalar Dergisi* (47-48), 229-245.

Bilgin, A. (2008). Ömür Tufan. "Helvahane ve Osmanlı'da Helva Kültürü", Türk Mutfağı, ed. A. Bilgin. Ö. Samancı, Ankara: 2008, s. 125-135.

- Birdir, K., & Akgöl, Y. (2015). Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 57-68.
- Biroğul, S., Sönmez, Y., & Güvenç, U. (2007). Veri füzyonuna genel bir bakış. *Politeknik Dergisi*, 10(3), 235-240.
- Bogdan, R., & Biklen, S. (1998). *Qualitative research for education: An introduction to theory and methods* (3rd Edition). Boston, Allyn and Bacon.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.
- Budak, N., & Çiçek, B. (2002). Yabancı Turistlerin Ülkemizde Yemek Kültürüne İlgileri ve Yemekler İle Servis Ortamlarına Bakışları. *Turizmde Sağlık ve Beslenme Sorunları ve Çözümler Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. içinde Alanya.
- Bürger, P. (1984). *Theory of the Avant-Garde* (trans: Shaw, M.). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, K., Akgün, E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (20. Baskı.). Ankara: Pegem Akademi.
- Büyüktuncer, Z., & Yücecan, S. (2009). Türk mutfağının beslenme ve sağlık açısından değerlendirilmesi . *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 37(1-2), 93-100.
- Can, A., Sünnetçioğlu, S., & 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 Tatlıların Bölge Temelinde Analizi*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Enstitüsü, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Sakarya.
- Charters, S., & Ali-Knight, J. (2002). Who is the Wine Tourist? *Tourism Management*, 23(3), 311-319.
- Clark, P. (1975). Thoughts For Food, I: French Cuisine And French Culture. *French Review*, 49(1), 32-41.

Cook, I., & Crang, P. (1996). The World on a Plate: Culinary Culture, Displacement and Geographical Knowledge. *Journal of Material Culture*, 1, 131-153.

Cömert, M. (2014). Turizm pazarlamasında yöresel mutfakların önemi ve Hatay mutfağı örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(1), 64-70.

Cömert, M., & Özkaya, F.-D. (2014). Gastronomi turizminde Türk mutfağının önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.

Creswell, J. (2016). Araştırma deseni nitel, nicel ve karma yöntem yaklaşımları. (2. Baskı). Çev. ed. Selçuk Beşir Demir). Ankara: Eğiten Kitap.

Cwiertka, K. (1999). Culinary Globalization and Japan. *Japan Echo*, 26, 52-58.

Çakıcı, N., & Eser, S. (2016). Yabancı Mutfak Şefleri Gözüyle Türk Mutfağına İlişkin Bir Değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 215-227.

Çimen, M. (2016). Mühendislik verilerinde tek örnek için parametrik ve parametrik olmayan testler. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 8(29), 67-77.

Demir, İ., & Çilli, M. (2018). 12 haftalık pilates mat egzersizinin 14-15 yaş voleybol kız öğrencilerinin bazı biyomotor özellikler ve teknik performans üzerine etkilerinin incelenmesi. *Online Türk Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3(1), 1-13.

Demir, Ö. (2020). Türk Mutfağında Yer Alan Şerbetli Tatlılar. N. Perçin, & C. Uçuk içinde, *Uygulamalı Türk Mutfağı*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Denizer, D. (2008). Türk Turizminin Gelişmesinde Türk Mutfağının Önemi ve Bugün için Yapılması Gerekenler. II. Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler. Antalya, TÜRKİYE, Nisan 10-11.

Deroy, O., Michel, C., Piqueras-Fiszman, B., & Spence, C. (2014). The plating manifesto (I): From decoration to creation. *Flavour*. *Flavour*, 3(1), 1-11.

Diker, O., Türker, N., Çetinkaya, A., & Kaya, F. (2017). Geleneksel türk tatlısı olarak lokum ve safranbolu lokumu. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 333-344.

Dilsiz, B. (2010). Türkiye'de Gastronomi ve Turizm (İstanbul Örneği). Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı. İstanbul.

- Durlu-Özkaya, F., Ceylan, F., Öztürk, B., & Demirel, M. (2020). Türk Tatlısı: Veganlar İçin Keşkül. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi (ASBD)*, 9(1), 185-192.
- Doğan, İ., & Yurt, B. (2002). Tulumba Tatlısının Üretiminde Yağ Emilimini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi. *Gıda*, 27(1), 65-71.
- Doğdubay, M., & Giritlioğlu, İ. (2011). Mutfak Turizmi. C. Avcıkurt, & N. Hacıoğlu içinde, *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Doğdubay, M., Girgin, G., & Giritlioğlu, İ. (2007). Yiyecek-içecek endüstrisinde bir pazarlama stratejisi olarak ürün geliştirme çalışması (Füzyon mutfak uygulaması). *Çeşme Ulusal Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı* (s. 33-41) içinde. Muğla.
- Durand, R., Rao, H., & Monin, P. (2007). Code and Conduct In French Cuisine: Impact of Code Changes on External Evaluations. *Strategic Management Journal*, 28(5), 455-472.
- Durlu-Özkaya, F., & Can, A. (2012). Gastronomi Turizminin Destinasyon Pazarlamasına Etkisi. *Türktarım Dergisi*(206), 28-33.
- Dündar-Arıkan, A. (2018). Türk Mutfağından Yemek Örnekleri. A. Dündar-Arıkan içinde, *Türk Mutfak Kültürü*. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Elo, S., Kääriäinen, M., Kanste, O., Pölkki, T., Utriainen, K., & Kyngäs, H. (2014). Qualitative content analysis: A focus on trustworthiness. *SAGE open*, 4(1), 1-10.
- Erdem, B., & Akyürek, S. (2017). Yeni bir mutfak akımı: Yaşayan Mutfaklar. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 103-126.
- Erdoğan, A. (2000). Osmanlı Mutfağında Kullanılan Sofra Gereçleri. N. Çevik içinde, *Hünkâr Beğendi 700 Yıllık Mutfak Kültürü*. Ankara: Kültür Bakanlığı Halk Kültürlerini Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğü.
- Ergan, K., Kızılırmak, İ., & Ergan, S. (2020). Gastronomik Ürünlerin Destinasyon Seçimine Olan Etkisi: Edirne İli Örneği. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 06(3), 1-10.
- Ergül, N., & Karakaya, S. (2013). Fenilketonüri Hastaları İçin Maviyemiş *Vaccinium corymbosum* L. İçeren Toz Puding Karışımı Üretimi. *Akademik Gıda*, 11(2), 28-36.

Ertaş, Y., & Gezmen-Karadağ, M. (2013). Sağlıklı beslenmede Türk mutfak kültürünün yeri. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(1), 117-136.

Exquisite Taste Magazine (2021). Peruvian-Chinese Fusion. <https://exquisite-taste-magazine.com/peruvian-chinese-fusion/>. (Erişim Tarihi: 10.04.2021).

Exquisite Taste Magazine (2021). The History of Fusion Cuisine. <https://exquisite-taste-magazine.com/the-history-of-fusion-cuisine/>. (Erişim Tarihi: 10.04.2021).

Ferguson, P. (1998). A Cultural Field in the Making: Gastronomy in 19th-Century France. *American Journal of Sociology*, 104(3), 597-641.

Fischler, C. (1990). Food Habits, Social Change, and the Nature/Culture Dilemma. *Social Science Information*, 19, 937-953.

Ganter, H. (2004). Changes in Work Organisation in French Top-Quality Restaurants. *Business History*, 46(3), 439-460.

Genç, R. (1981). XI. yüzyılda Türk mutfağı. Türk Mutfağı Sempozyumu Bildirileri. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları.

Gioffre, R. (2010). *Alışkanlıkları değiştiren tarif: füzyon*. İstanbul: Boyut Yayın Grubu.

Gopnik, A. (1997). The Politics of Food: is there a Crisis in French Cooking? . <https://www.newyorker.com/magazine/1997/04/28/is-there-a-crisis-in-french-cooking>. (Erişim Tarihi: 15.03.2021).

Göker, G. (2011). Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi: Balıkesir İli Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, Balıkesir.

Gövce, A. (2016). Gastronomi turizmi ve Gastronomik Etkinliklere Katılımın Yaşam Tarzları Açısından İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Muğla.

Graneheim, U., & Lundman, B. (2004). Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse education today*, 24(2), 105-112.

Güldemir, O. (2014). *Orta Asya'dan Cumhuriyet Dönemine Türk Mutfağındaki Yemeklerin Değişimi: Yazılı Kaynaklar Üzerinden Bir Değerlendirme. VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi. Antalya, TÜRKİYE, Nisan 04-05.*

Güler, S. (2008). Türk Mutfak Kültürü ve Yeme İçme Alışkanlıkları. Cognitive Approaches to the Concept of Food in the Mediterranean. Girne Amerikan Üniversitesi, Girne, KKTC, Mayıs 7-8.

Güler, S. (2010). Türk mutfak kültürü ve yeme içme alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 24-30.

Güler, S. (2017). Türk Mutfağının Değişim Nedenleri Üzerine Genel Bir Değerlendirme, I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler, Antalya, TÜRKİYE, Mayıs 4-5.

Gültekin, B. (2014). Kruvaziyer turizmüne katılan yabancı turistlerin Türk mutfağına ilişkin algıları: Kuşadası limanı örneği. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı.

Güneş, G., Ülker, H.-İ., & Karakoç, G. (2008). *Sürdürülebilir Turizmde Yöresel Yemek Kültürünün Önemi. II. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler. Antalya, TÜRKİYE, Nisan 10-11.*

Güran, Y. (2011). Nouvelle Cuisine = Yeni Mutfak – Tabahatte Fransa Çıkışlı Yeni Bir Akım. <http://www.yalcinguran.com/2011/05/tabahatte-nouvelle-cuisine-yeni-mutfak-akimi/>, (Erişim Tarihi:06.03.2021).

Gürsoy, D. (2004). *Tarihin süzgecinde mutfak kültürümüz.* İstanbul: Oğlak Yayınları.

Gürsoy, D. (2009). *Acı Şeker.* İstanbul: Oğlak Yayıncılık.

Gürsoy, D. (2014). *Deniz gürsoy'un gastronomi tarihi.* İstanbul: Oğlak Yayıncılık.

Gürsoy, Y. (2017). Giresun merkez yöresinde gastronomi turizmi üzerine genel bir değerlendirme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(51), 1296-1304.

Halıcı, N. (2015). *Türk Mutfağı.* İstanbul: Oğlak Yayınları.

Hall, C., & Mitchell, R. (2005). Gastronomic Tourism-Comparing Food and wine tourism experiences. M. Novelli içinde, *Gastronomic Tourism: Comparing Food and*

Wine Tourism Experiences. Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases (s. 73-88). Wallington, London: Butterworth-Heinemann.

Hall, C., & Valentin, A. (2005). Content Analysis. B. Ritchie, P. Burns, & C. Palmer içinde, *Tourism Research Methods: Integrating Theory with Practice* (s. 191). Centre for Tourism Research, University of Canberra, ACT 2601, Australia.

Hall, M., & Mitchell, R. (2002). Tourism as a force for gastronomic globalization and localization. A. Hjalager, & G. Richards içinde, *Tourism and Gastronomy* (s. 71-91). London: Routledge.

Hall, M., & Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, & B. Cambourne içinde, *Food Tourism Around The World* (s. 1-25). London: Routledge.

Harrington, R. (2005). Defining Gastronomic Identity: The Impact of Environment and Culture on Prevailing Components, Texture and Flavours in Wine and Food. *Journal of Culinary Science and Technology*, 4(2), 129-152.

Harrington, R., & M.C.Ottenbacher. (2010). Culinary Tourism- A Case Study of the Gastronomic Capital. *Journal of Culinary Science & Technology*, 8(1), 14-32.

Hatipoğlu, A. (2010). İnançların gastronomi üzerine etkileri: Bodrum'daki beş yıldızlı otellerin mutfak yöneticilerinin görüşlerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı, Sakarya.*

Hayoğlu, İ., & Miişoğlu, D. (2005). Tat Eşik Değerlerinin Algılanması, Tanınması ve Derecelendirilmesi. *Harran Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 9(2), 29-35.

Hjalager, A. M., & Richards, G. (2002). Gastronomy: An Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption. G. Richards içinde, *Tourism and Gastronomy* (s. 3-20). Londra: Routledge.

Hobday, C., & Denbury, J. (2010). *Food Presentation Secrets: Styling.*

Horng, J., & Tsai, C. (2012). Culinary Tourism Strategic Development: an Asia-Pacific Perspective. *International Journal Of Tourism Research*(14), 40-55.

Ignatov, E., & Smith, S. (2006). Segmenting Canadian Culinary Tourists. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 235-255.

İraz, R. (2005). *Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ'ler*. Konya: Çizgi Kitapevi.

Karaca, O., Yıldırım, O., & Çakıcı, C. (2015). Gastronomi Turizminde Otlar, Ot Yemekleri ve Sağlıkla İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 27-42.

Karasar, N. (2009). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Kargiglioğlu, Ş. (2018). Gastronomi Turizminin Önemi. A. Akbaba, & N. Çetinkaya içinde, *Gastronomi ve Yiyecek Tarihi* (s. 35-46). Ankara: Detay Yayıncılık.

Karim, S., & Chi, C. (2010). Culinary Tourism as A Destination Attraction: An Empirical Examination of Destinations' Food Image. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(6), 531-555.

Kaya, O., & Yurtseven, H. (2010). Eko gastronomi ve sürdürülebilirlik. O. E. Çolakoğlu içinde, *11.Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı* (s. 57-65). Ankara: Ankara: Detay Yayıncılık.

Keegan, M. (2017). <https://theculturetrip.com/asia/china/articles/the-city-that-gave-the-world-fusion-cuisine/#:~:text=More%20recently%2C%20the%20southern%20Chinese,first%20truly%20global%20fusion%20cuisine.> (Erişim Tarihi: 09.03.2021).

Kemer, A. (2011). Otellerde Çalışan Mutfak Personelinin ve Aşçılık Alanında Yükseköğrenim Gören Öğrencilerin Moleküler Gastronomi Konusundaki Bilgi ve Görüşleri. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü . *Aile Ekonomisi ve Beslenme Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara*.

Kesici, M. (2012). Kırsal turizme olan talepte yöresel yiyecek ve içecek kültürünün rolü. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*(2), 33-37.

Kılıçhan, R. (2016). Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin değerlendirilmesi. *Doktora Tezi. Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı. Mersin*.

Kırım, A. (2005). Dünyanın En Gözde Yemek Akımı Avangard Mutfak. <https://www.hurriyet.com.tr/dunyanin-en-gozde-yemek-akimi-avangard-mutfak-322911>. (Erişim tarihi: 08.03.2021).

Kivela, J., & Crotts, J. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(3), 354-377.

Kivela, J., & Crotts, J. C. (2005). Gastronomy tourism: A meaningful travel market segment. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2-3), 39-55.

Kozak, M. (2014). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kut, G. (2000). Mutfağın Günlük Yaşamımızdaki Yeri Dünü-Bugünü. N. Çevik içinde, *Hünkâr Beğendi 700 Yıllık Mutfak Kültürü*. Ankara: Kültür Bakanlığı Halk Kültürlerini Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğü.

Lan, L., Wu, W., & Lee, Y. (2012). Promoting food tourism with Kansei cuisine design. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*(40), 609-615.

Lin, Y. (2006). Food Images in Destination Marketing, Unpublished Doctoral Thesis, In Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Purdue University, West Lafayette, Indiana.

Mak, A., Lumbers, M., & Eves, A. (2012). Globalisation and food consumption in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 171-196.

Mankan, E. (2012). Yabancı turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşleri: Ege bölgesi örneği. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ev Ekonomisi Ana Bilim Dalı, Ankara.

Maviş, F. (2003). *Endüstriyel Yiyecek Üretimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Mckrecher, B., Okumuş, F., & Okumuş, B. (2008). Food Tourism as a Viable Market Segment: It's All How You Cook The Numbers. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2(2), 137-148.

Merriam, S. (2015). Nitel araştırma: Desen ve uygulama için bir rehber (3. Basımdan Çeviri) (Çev. Ed. S. Turan). Ankara (2009).

Mil, B. (2009). "Yemek Pişirmede Gastronomiye Uzanan Bakış Açısıyla Küreselleşen Yemek. 3. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler. Antalya, TÜRKİYE, Nisan 17-18.

Morgado, H. (2016). A Table: A Political of French Cuisine, Thesis, University Honors College, Middle Tennessee State University, Tennessee, ABD.

Oğuz, S. (2016). Oğuz, S. (2016). Gastronomi turizminde stratejik gelişme: Doğu Akdeniz Bölgesi perspektifi. Doktora Tezi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Mersin.

Onurlar, B., & Durlu-Özkaya, F. (2018). Moleküler Probiyotik Dondurma (Molecular Probiotic Ice Cream). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 154-168.

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.

Önçel, S. (2015). Türk Mutfağı ve Geleceğine İlişkin Değerlendirmeler. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(4), 33-44.

Öney, H. (2013). Gastronomi Turizmi. A. Bahçe içinde, *Alternatif Turizm* (s. 158-288). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Örer, N. (1995). Turistlerde Görülen Besin Zehirlenmesi Sıklığı ile Otellerin Sanitasyon Şartlarının Etkileşimi ve Türk Mutfağının Turistlerin Ülkemize Tekrar Gelişlerindeki Etkisi. Doktora Tezi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme ve Diyetetik Programı, Ankara.

Özata, E. (2019). Modernite bağlamında Türk mutfağına özgü yenilikçi ürün geliştirme. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, Ankara.

Özçelik-Heper, F. (2017). Türk Mutfağı. M. Sarıışık içinde, *Uluslararası Gastronomi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Özdemir, B., & Kınay, F. (2004). Yabancı ziyaretçilerin Türk Mutfağına ilişkin görüşleri: Antalya'yı ziyaret eden Alman ve Rus turistler üzerine bir araştırma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi* (2), 5-28.

- Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25(3), 297–305.
- Rao, H., Monin, P., & Durand, R. (2003). Institutional Change in Toque Ville: Nouvelle Cuisine As An Identity Movement In French Gastronomy. *American Journal Of Sociology*, 108(4), 795-843.
- Richards, G. (2002). Gastronomy: An Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption. A. M. Hjalager, & G. Richards içinde, *Tourism and Gastronomy* (s. 3-20). Londra: Routledge.
- Rojas-Rivas, E., Rendón-Domínguez, A., Felipe-Salinas, J. A., & Cuffia, F. (2020). What is gastronomy? An exploratory study of social representation of gastronomy and Mexican cuisine among experts and consumers using a qualitative approach. *Food Quality and Preference*, 83, 103930.
- Samancı, Ö. (2008). 19. Yüzyıl İstanbul ve Osmanlı saray mutfak kültürü. *Türk Mutfağı*. içinde Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Samancı, Ö. (2016). Cumhuriyet Döneminde Türk Mutfak Kültürü. A. Arıkan içinde, *Türk Mutfak Kültürü* (s. 86-105). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Samancı, Ö. (2019). Yemekler, Genel Özellikler, Pişirme Teknikleri ve Uygulamalar. A. Bilgin, & S. Öncel içinde, *Osmanlı Mutfağı*. Eskişehir: T.C Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Sandıkçı, M., & Çelik, S. (2007). Füzyon mutfak uygulamaları ve misafir memnuniyeti açısından önemi. *I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler*, 4-5 Nisan, Antalya.
- Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training . *International Journal Of Hospitality Management*, 23(1), 15-24.
- Sattler, M. (2011). Excellence in Innovation Management: A Meta-Analytic Review on the Predictors of Innovation Performance. Gabler Verlag Springer, Almanya .
- Scartapo, R., & Daniele, R. (2003). New global cuisine: Tourism, authenticity and sense of place in postmodern gastronomy. *Food tourism around the world: Development, management and markets*, 296-313.

- Seggie, F., & Bayyurt, Y. (2015). *Nitel Araştırma. Yöntem, Teknik, Analiz ve Yaklaşımları*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Sevimli, Y., & Sözmendağ, A. (2017). Özel Gün Tatlıları: Kültür Turizmi Açısından Önemi. *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi (IRTAD)* E-ISSN:2602-4462, 1(2), 18-28.
- Serçoğlu, N. (2014). Yöre Halkının Mutfak Kültürünü Tanıma Durumunun Tespit Edilmesi: Erzurum İli Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4), 36-46.
- Shenoy, S. (2005). Food Tourism and The Culinary Tourist. Unpublished Doctoral Thesis. Graduate School of Clemson University, Philosophy Doctoral, South Carolina, ABD.
- Soner, F. (2013). Gastronomy Tourism: A Solution For Small Cities Marketing And Regional Development. Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bütünleşik Pazarlama İletişimi Yönetimi Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Stano, S. (2014). "Con-fusion cuisines": Melting foods and hybrid identities. Proceedings of the 12th World Congress of the International Association for Semiotic Studies (IASS/AIS), 16-20 Eylül, Sofya, BULGARİSTAN, 904-913. 2014.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1990). Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques. Newbury Park, CA: Sage.
- Surenkok, A., Baggio, R., & Corigliano, M. (2010). Gastronomy and Tourism in Turkey: The Role Of ITCs. *Information and Communication Technologies in Tourism*(15), 567-578.
- Sünnetçioğlu, S., & Özkök, F. (2017). (2017). Güzel, Özgün ve İyi Yemeğin Peşindeki Yolculuk: Gastronomi . *Journal of Awareness*, 2(3), 585-596.
- Sürücüoğlu, M., & Özçelik, A. (2008). Türk Mutfak ve Beslenme Kültürünün Tarihsel Gelişimi. 38. İcanas Kongresi Bildiriler Kitabı. Ankara, TÜRKİYE, 10-15 Eylül.
- Şahin, H. (2008). Türkiye Selçuklu ve Beylikler Dönemi Mutfağı. A. Bilgin, & Ö. Samancı içinde, *Türk Mutfağı*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü.

- Şanlıer, N. (2005). Yerli ve Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşleri. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(1), 213-227.
- Şanlıer, N., Cömert, M., & Durlu-Özkaya, F. (2008). Türk mutfağındaki geleneksel tatlı ve helvaları gençlerin tanıma durumu. Türkiye 10. Gıda Kongresi. Erzurum, TÜRKİYE, 21-23 Mayıs.
- Şavkay, T. (1996). Medeniyet ve Coğrafya Değişimleri Çerçevesinde Türk mutfağı . E. Pekin, & A. Sumer içinde, *Eskimeyen Tatlar: Türk Mutfak Kültürü*. İstanbul: Vehbi Koç Vakfı Yayınları.
- Şavkay, T. (2000a). *Tatlı Kitap Türk ve Dünya Tatlıları*. İstanbul: Şekerbank Yayınları.
- Şavkay, T. (2000b). *Osmanlı Mutfağı*. İstanbul: Şekerbank Yayınları.
- Şimşek, A., & Selçuk, G. (2018). Gastro Turistlerin Tipolojisinin Belirlenmesi: Gaziantep Ölçeğinde Bir Uygulama. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 28-43.
- Talas, M. (2005). Tarihi süreçte Türk beslenme kültürü ve Mehmet Eröz'e göre Türk yemekleri. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*(18), 273-283.
- Tanrısevdi, A., & Atabey, S. (2020). Mutfak Personelinin Gastronomik Akımlar Çerçevesinde Gıda Tüketim Eğilimlerinin Değerlendirilmesi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(1), 211-236.
- Tez, Z. (2015). *Lezzetin Tarihi*. İstanbul: Hayykitap.
- Tezcan, M. (2021). Türkler'de Yemek Yeme Alışkanlıkları ve Buna İlişkin Davranış Kalıpları. <http://www.turkish-cuisine.org/turk-yemek-kulturu-202/turklerde-yemek-yeme-aliskanliklari-199.html>. (Erişim Tarihi: 08.04.2021).
- Tikkanen, I. (2007). Maslow's Hierarchy and Food Tourism in Finland: Five Cases. *British Food Journal*, 109(9), 721-734.
- Trubek, A. (2000). *Haute cuisine: How the French invented the culinary profession*. University of Pennsylvania Press.

Tuncel, M. (2000). *Fast-Food (hızlı yemek) sisteminin Türk mutfağına uyarlanması ve bir uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Eskişehir.*

Turan, H., Başaran, G., Ayduğ, İ., Bayesen, D., & Sünnetçioğlu, S. (2020). Mutfak Şeflerinin Füzyon Mutfaka Yönelik Görüşleri ve Çanakkale İline Ait Yöresel Gıdalar İle Füzyon Mutfak Önerileri. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(2), 332-358.

TURSAB (2015). Gastronomi Turizmi Raporu. http://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu_12302_3531549.pdf. (Erişim Tarihi: 02.06.2021).

TDK (2021). <https://sozluk.gov.tr/>. (Erişim Tarihi: 21.03.2021).

Uçuk, C. (2017). Gastronomide tabak tasarım teknikleri ve yenilikçi sunum anlayışları. *Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, Gaziantep.*

Ulu, E. (2019). Türk Mutfak Kültüründe Peynir Tatlıları. *Aydın Gastronomy*, 3(1), 37-42.

Şimşek, A., Güleç, E., & Usta, S. (2020). Gastronomik Ürün Çeşitlendirme Kapsamında Veganlar ve Çölyak Hastaları İçin Ürün Geliştirme: Kazandibi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 51-59.

Ustaoglu, E. (2019). İnsan robot etkileşimi konusunu kelime bulutu analizi ile kavramsallaştırma. *International Academic Journal (Econder)*, 3(2), 221-239.

Ünlü, D., & Dönmez, D. (2008). Mutfakta Yenilik: Moleküler Gastronomi. II. Ulusal Gastronomi Sempozyumu, Antalya, TÜRKİYE, Nisan 10-11.

Ünver, A.-S. (1981). Selçuklular, Beylikler ve Osmanlılarda Yemek Usûlleri ve Vakitleri. *Türk Mutfağı Sempozyumu Bildirileri*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları, 1-13.

Wengraf, T. (2001). *Qualitative research interviewing: Biographic narrative and semi-structured methods (1st Edition)*. London, Sage Publications.

Williams, W., Parkers, E., & Davies, P. (2013). Wordle: A method for analysing MBA student induction experience. *The International Journal of Management Education*, 11(1), 44-53.

Wolf, E. (2006). *Culinary Tourism the Hidden Harvest*. ABD- Iowa: Kendall/Hunt.

Yarış, A. (2014). Mardin'de Gastronomi Turizmi: Turist Görüşlerine İlişkin Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Mardin Artuklu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı.

Yenişehirlioğlu, E. (2013). Engelli turistlerin konaklama işletmelerinde kabul görme düzeyine yönelik algılama ve sorunlar: Karşılaştırmalı nitel bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Sakarya.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (11. Baskı.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yılmaz, A. (2004). *İşyerimiz Mutfak Mesleğimiz Aşçılık Sanatımız Pişirmek*. İstanbul: Boyut Yayıncılık.

Yayla, Ö., Ekincek, S., & Yayla, Ş. (2020). Türk Mutfağı İmajının Ürün Odaklı Geliştirilmesi: Turistler Üzerinde Bir Uygulama. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2916-2955.

Yüncü, H. (2010). Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası. S.Şengel içinde, *Yerel Değerlerce Yayla Turizmi* (s. 28-34). Ankara: Detay Anatolia Akademik Yayıncılık.

Zengin, B., & Uyar, H. (2015). Gastronomi Turizminin Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Değerlendirilmesi Bağlamında Gastronomi Turizm İndeksinin Oluşturulması. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(17), 355-376.

EKLER

EK 1: Yarı Yapılandırılmış Görüşme Soru Formu

Değerli Katılımcı;

Bu çalışmada Türk mutfağına ait tatlıların füzyon mutfağı kapsamında geliştirilmesine yönelik görüşlerinizin alınması amaçlanmaktadır. Sizden alınan veriler bilimsel amaçlarla kullanılacak ve size ait bilgiler paylaşılmayacaktır. Vakit ayırdığınız için teşekkürlerimi sunarım.

Dr. Öğr. Üyesi Eda ÖZGÜL KATLAV

Mustafa Oğuzhan ERCAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Turizm Fakültesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Birinci Bölüm

Adı Soyadı:

Cinsiyet:

Yaşı:

Öğrenim Durumu:

Mesleği İle İlgili Aldığı Eğitim Varsa Adı ve Kurumu:

Mesleki Deneyim Yılı:

İkinci Bölüm

- 1) Türk Mutfağı ve Türk tatlılarının turistler tarafından tanınırlığı hakkında neler söyleyebilirsiniz?
- 2) Turistler tarafından beğenilen ve beğenilmeyen Türk tatlıları hangileridir?
- 3) Şu an veya en son çalıştığınız işletmede Türk tatlılarından hangilerine menülerinizde yer veriyorsunuz?
- 4) Türk tatlılarının koku, tat, doku, lezzet ve görünüş özellikleri bakımından değerlendirdiğinizde olumlu veya olumsuz yönleri hakkında kişisel görüşleriniz nelerdir?
- 5) Turistlerin Türk tatlılarının olumlu ve olumsuz özellikleri ile ilgili sizinle paylaştığı görüşleri hakkında bilgi verir misiniz?

- 6) Füzyon mutfak kavramı hakkında düşünceleriniz nelerdir? (Turan vd., 2020)
- 7) Füzyon mutfak uygulamasını daha önce Türk mutfağı veya yabancı mutfaklara ait herhangi bir tatlı üzerinde denediniz mi? Eğer denediyseniz turistlerin bu ürüne ilişkin görüşleri hakkında bilgi verir misiniz?
- 8) Türk mutfağına özgü tatlıları hangi ülkelere ait yiyecek ürünleri veya yiyecek hazırlama teknikleri ile birleştirip yeni bir ürün reçetesi geliştirmeyi düşünüyorsunuz? (Turan vd., 2020)

EK 2: Eşlenmiş Kıyaslama Testi Ölçeğı

Panelistin Adı Soyadı:	Tarih:	
Duyusal Özellikler	A Örn eğı	B Örn eğı
Optik Etkiler (Görme) Size verilen her iki örneğı “görünüş” açısından değerlendiriniz.		
Olfaktorik Etkiler (Koklama) Size verilen her iki örneğı “koku” açısından değerlendiriniz.		
Gastatonik Etkiler (Tatma) Size verilen her iki örneğı “tat” açısından değerlendiriniz		
Haptik Etkiler (Dokunma) Size verilen her iki örneğı “doku” açısından değerlendiriniz. (Sertlik-yumuşaklık, ağızda sıvaşma/yapışma, dağılma/ufalanma gibi dokusal özellikler açısından değerlendiriniz).		
Size verilen her iki örneğı “genel beğeni düzeyi” açısından değerlendiriniz.		

EK 3: Hedonik Skala Beğeni Testi Ölçeğı

HEDONİK SKALA TESTİ	
Panelistin Adı Soyadı:	Tarih:
Yaş:	Saat:
Cinsiyet:	
Eğitim Durumu:	
Tatlı Adı:	
A Örneğı	B Örneğı
1) Hiç Beğenmedim ()	1) Hiç Beğenmedim ()

2) Az Beğendim ()	2) Az Beğendim ()
3) Orta Düzeyde Beğendim ()	3) Orta Düzeyde Beğendim ()
4) Beğendim ()	4) Beğendim ()
5) Çok Beğendim ()	5) Çok Beğendim ()
Ürün Hakkındaki Düşünceleriniz Nelerdir?	Ürün Hakkındaki Düşünceleriniz Nelerdir?

EK 4: Kalite Kriterleri Kapsamında Duyusal Değerlendirme Ölçeği

Panelistin Adı Soyadı: Tatlı Adı:						
		Yok (Mat)	Yetersi z	Kabul Edilebilir	İyi	Çok İyi
GÖRÜNÜŞ	Şekil					
	Yüzey Parlaklığı					
		Hiç Yok	Yok	Biraz Var	Var	Çok Var
DOKU	Olağan Dışı Sertlik					
	Çiğnenebilirlik					
	Olağan Dışı Yumuşaklık					
		Yok	Az Var	Kabul Edilebilir	İyi	Çok İyi
KOKU-AROMA	Hoş Koku					
	İstemeyen Koku					
		Çok Kötü	Kötü	Ne İyi Ne Kötü	İyi	Çok İyi
LEZZET	Tat					
	Ağızda Bıraktığı His					
	Boğazda Bıraktığı His					
	Tat Sonrası İzlenim					